〈全日本遊園施設協会（JAPEA）機関誌〉昭和47年５月25日第３種郵便物認可　21巻７号　1992年６月26日発行　毎月１回26日発行

「正しい報道」「確かな情報」「役立つ分析」遊び施設の総合情報誌

アミューズメント産業

THE AMUSEMENT INDUSTRY

7 JUL. 1992

VOL. 21 NO. 7

特集：'91年法人申告所得と主要各社の動向

巻頭特集：世界で４番目のミッキー王国「ユーロディズニー・リゾート」

特報：(財)余暇開発センター「レジャー白書'92」

イラスト　真鍋　博

人気が続く!パワーが違う!お客が集まるプライズセット!!

UFO CATCHER プライズシリーズ

SC-27
ファン待望、パワフルにグレードアップした第2弾!
セガ・ソニック・ザ・ヘッジホッグと仲間たちセット2
1セット100個入
ソニック50個／エッグマン20個
ポッキー10個／ペッキー10個
フリッキー10個 ©SEGA 1991.1992

SC-29
注目度ナンバーワンの爆笑集団!
ヨシモトじゃあ〜りませんかセット
1セット100個入＝各20個
©吉本興業

SC-28
空前のドッジボールブームを演出した闘球児たち!
NEW
ドッジ弾平セット
1セット100個入＝各20個入
©こしたてつひろ・小学館・テレビ東京

SC-26
OLの間で不動の人気を誇る新感覚キャラ!
NEW
スイートスポットセット
1セット100個入＝各20個入
©YUTSUKO CHUSONJI

SC-30
不思議なかわいらしさが魅力です!
NEW
バイキンくんセット
1セット100個入＝各20個入
©1992 SONY CREATIVE PRODUCTS INC.

SC-11
テレビに帰ってきた伝説のマリオネット!
サンダーバードセット
1セット100個入＝各20個入
©1992 SONY CREATIVE PRODUCTS INC.

SC-13
まだまだ続く名馬オグリ人気!
オグリキャプセット
1セット100個入＝各20個入
©AVANTI

SC-12
やっぱり面白いハチャメチャケンちゃん!
ケンちゃんセット
1セット100個入
ケンさゃんA15個／ケンさゃんB15個
変なおじさんA20個／変なおじさんB20個
ばあちゃんA15個／ばあちゃんB15個
©株式会社渡辺企画

A-254
カラフルなカラーリングのレーシングカー!
グランプリセット
1セット100個入＝各20個
©SEGA 1991.

A-382
ペン立て、小物入れにもなるニューアイテム!
馬スケットくんセット
1セット100個入＝各20個

SEGA 株式会社 セガ・エンタープライゼス

本　　社　東京都大田区羽田1-2-12　電話03(3743)7438(海外販売事業本部)
東品川事業所　東京都品川区東品川1-31-5　電話03(5461)8320(国内販売事業本部)
電話03(5461)8340(A M 施設事業本部)
電話03(5461)8330(総合レジャー開発本部)
札幌支店　札幌市豊平区豊平五条3-2-34　電話011(841)0248(代表)
関西支店　大阪府豊中市豊南町東2-5-3　電話 06(334)5336(代表)
博多支店　福岡県福岡市中央区白金2-5-15　電話092(522)4717(代表)
広島販売　広島市中区河原町11-17フルミチビル　電話082(293)7979(代表)
名古屋販売　愛知県名古屋市名東区社が丘1-804　電話052(702)3003(代表)

子供たちの夢を育てる!!

●幅1,000㎜×長さ2,000㎜×高さ1,500㎜●定員４名(大人２名、子供２名)●電子章(２曲)、音声メッセージ

4人乗り

音声が8種入って
いつまでも高人気！

新幹線の新車輛

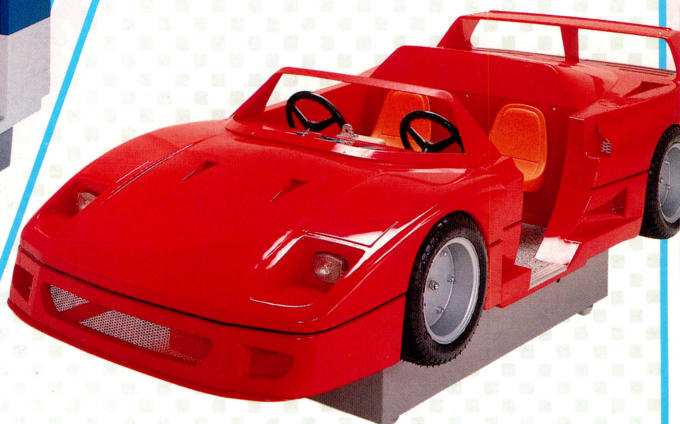
スーパーひかり300型

SUPER HIKARI 300TYPE

フェラーリの忠実レプリカ

レッドスター

RED STAR

ダブルステアリングで
最高の造形デザイン！

2人乗り

●幅1,080㎜×長さ2,100㎜×高さ800㎜●定員２名●電子音(エンジン音)、音声メッセージ

4人乗り

大きく目立って
大好評！

●幅1,350㎜×長さ2,350㎜×高さ1,520㎜

本物感あるパトロールカー

ビッグパトロール

BIG PATROL

ぼく、レーサーだ

レーシングライダー

RACING RIDER

●幅1,300㎜×長さ1,250㎜×高さ1,140㎜

2人乗り

2連タイプで競争感覚！

6人乗り

みんなで楽しい
6人乗り！

●幅1,100㎜×長さ2,200㎜×高さ1,450㎜

楽しさワクワク、ドキドキ

スクールバス

SCHOOL BUS

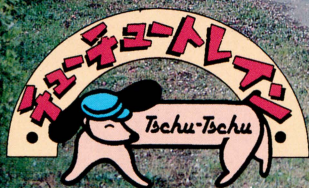
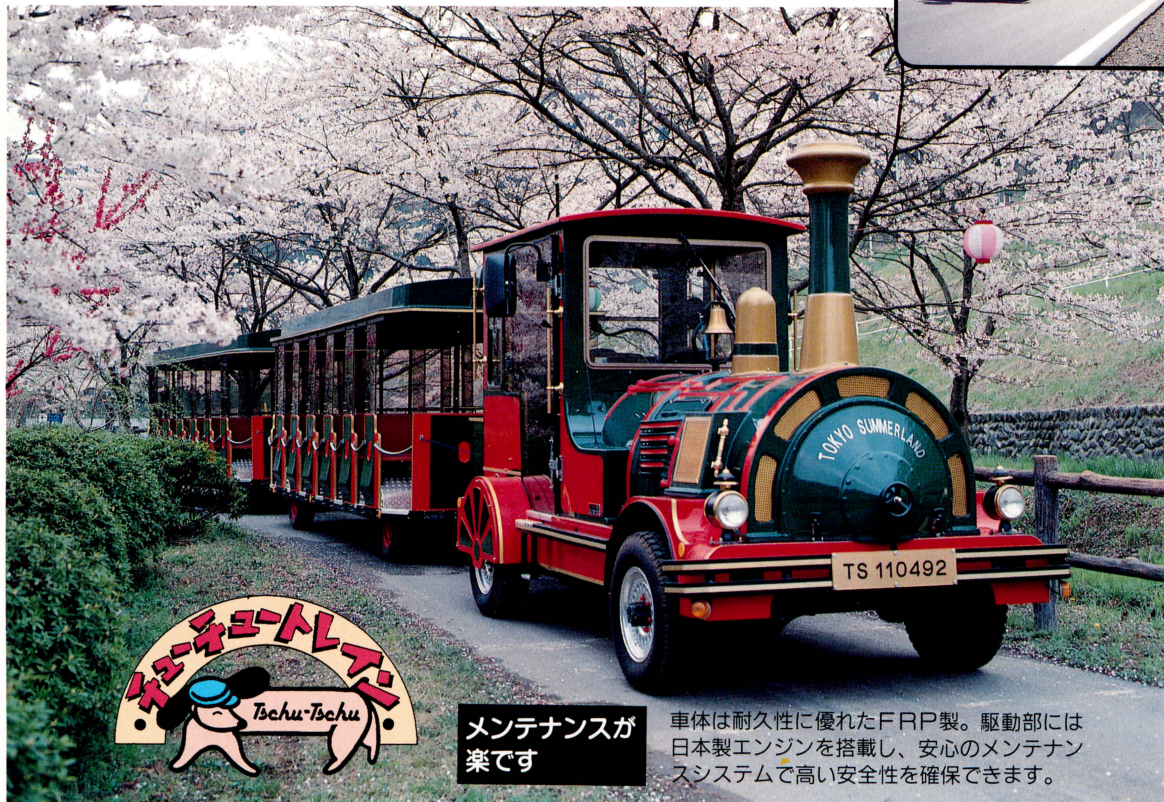
KATO 加藤工業株式会社

本社・工場　大阪府茨木市沢良宜西１丁目２番11号
〒567　ＴＥＬ0726(35)1886(代)　ＦＡＸ0726(35)1880

「魅力のパーク・トランスポーテーション」

チューチュートレイン、おすすめの理由。

ぐんぐん登ります

機関車4WDエンジン搭載。坂道でも高いポテンシャルを誇ります。

メンテナンスが楽です

車体は耐久性に優れたFRP製。駆動部には日本製エンジンを搭載し、安心のメンテナンスシステムで高い安全性を確保できます。

●東京サマーランド

集客性は抜群です

子供から大人まで楽しめる利用率の高いアトラクションです。高い収益性が見込めます。

小さく回ります

客車4W.Sシステム装備。軌道半径が小さいので狭い場所でUターン可能です。

●西郷村キョロロン村

●お問い合わせ●

Nichimen Machinery Sales Co., Ltd.

ニチメン機械販売株式会社 03-3277-5500(代)

レジャー事業チーム

〒103 東京都中央区日本橋3-15-2(高愛ビル9F) FAX 03-3273-5050

●Tschu-Tschu社総代理店

遊ぶたびに発見がある「アトミックランド」

ネット登り、滑り台、積み木と、子供たちが好きな遊びを自分自身で工夫できるコンビネーション遊具です。

ジャスコグリーンシティでの営業風景　（施設名:『キッズファーム』）

▼チューブスライド

スリルいっぱい！子供の冒険心を刺激する本格的チューブスライダー。

▼じょうごネット

ビニルカバーしたチェーンを伝って垂直上り。服を汚さず、安全性、耐久性に優れます。

▼積み木〈スタッキングトイ〉

友達と協力して遊びを創造します。決まり事のない世界に想像力も広がります。

▼ログブリッジ

丸太の一本橋渡り。平衡感覚を養います。もちろん安全設計で安心して開放できます。

▼タイヤの井戸

はしご段のようにタイヤを登り降り。腕白自慢達の見せ場です。

遊・創自在の子供都市〈アトミックランド〉

※全体のイメージパース

▼わんぱくサテライト

ちびっ子の運転を待つ停留所。単に走るだけではなく、運転手とお客さんごっこもできます。

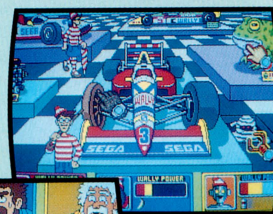
大人気のウォーリーが、ビデオゲームで新登場。

ユニークなウォーリーの世界を、ゲームで再現。しかも、トラックボールとボタンだけの簡単な操作性で、新しいゲームファンを増やします。

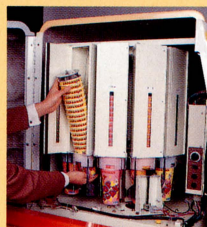
システム18

ウォーリーをさがせ！

Where's Wally?
©Martin Handford 1992

※画面は開発中のものです。

キャラクターとゲーム感覚のアニメで自動販売機の流れを変える革新のマシン！

それいけ！アンパンマン ポップコーンこうじょう

キャラクターは、大人気のアンパンマン。そのうえ、ゲーム感覚のアニメに合わせて子供たちもポップコーンづくりに参加できる興奮をプラスしています。スーパー、百貨店、遊園地、動物園、テナントビル、アミューズメントセンター、郊外型SC、駐車場など、あらゆるロケーションに最適です。

▲コーンカップの補充は、マガジンに入れるだけの簡単システムです。

外形寸法(mm)	1,475(W)×775(D)×1,935(H)
重量	約280kg
消費電力	AC100V 最大1,590W
〒91-34521 PAT.PEND.	

■TVモニター：20インチカラーモニター

©やなせたかし／フレーベル館・TMS・NTV

充実機能のニューフェイス！

DP-1300／DP-1200は、カラフルなカラーデザインでアミューズメントコーナーを明るく彩るニュータイプのメダル貸機／両替機です。また、各種設定も簡単に変更でき、DP-1300には、コインを入れられるカップのサービス機能を搭載しました。

外形寸法(mm)	580(W)×420(D)×1,570(H)
重量	133kg
消費電力	AC100V 50/60Hz 待機時90W 作動時105W
受入貨幣(紙幣)	1000円札 500円硬貨 100円硬貨
	PAT.PEND.

メダル貸機DP-1300　両替機DP-1200

レイアウトフリーの超うす型両替機！

エアロシティと組み合わせて使える超うす型コンパクト設計。しかも、プレイヤーが席を立たずに両替できるため、同じゲームでもインカム率が大幅にアップします。

台間両替機DP-08

外形寸法(mm)	120(W)×600(D)×1,030(H)
重量	35kg
消費電力	AC100V 待機時17W 最大115W
	PAT.PEND.

SEGA

株式会社 セガ・エンタープライゼス

本社	東京都大田区羽田1-2-12	電話03(3743)7438(海外販売事業本部)
東品川事業所	東京都品川区東品川1-31-5	電話03(5461)8320(国内販売事業本部)
		電話03(5461)8340(AM施設事業本部)
		電話03(5461)8330(総合レジャー開発本部)
札幌支店	札幌市豊平区豊平五条3-2-34	電話011(841)0248(代表)
関西支店	大阪府豊中市豊南町東2-5-3	電話06(334)5336(代表)
博多支店	福岡県福岡市中央区白金2-5-15	電話092(522)4717(代表)
広島販売	広島市中区河原町11-17フルミチビル	電話082(293)7979(代表)
名古屋販売	愛知県名古屋市名東区社が丘1-804	電話052(702)3003(代表)

SEGA AMUSEMENT NEW ZONE

興奮が広がる、笑顔が増える、セガアミューズメントニューゾーン!

AMUSEMENT NEW ZONE

スタジアム クロス

Stadium CROSS

飛べトップライダーの大ジャンプ!!

最大8人のプレイヤーが参加して繰り広げる、白熱のバイクバトルレース!

スタジアム クロスは、最大8プレイヤーが参加できる多人数対戦レースゲームです。しかも、ただ単にレースをするだけではなく、並んだ対戦相手を攻撃できるアクションシーンも用意。バトル感覚でモトクロスが楽しめる斬新なゲーム内容です。

最もホットなバイクレースゲーム「スタジアム クロス」システムマルチ32を搭載して、いよいよデビュー!

男性的な豪快な走りと、ショーアップされた競技シーンで人気の高いモトクロス・バイクレース。そのワイルドな走行感覚とジャンプの飛翔感覚を、最新のシステムボード「システムマルチ32」でリアルに再現。近未来感覚のモトクロスコースを8台のマシンとバトルしながら走り抜けます。

より実際のバイク操作感覚に近づいたムービング機構を採用!

ハンドル操作はもちろん、バイクを前後左右にムービングさせることで、ウィリー走行や飛翔時間の長い大ジャンプ、リアルなコーナーワークを再現するライディング・キャビネットを採用。見た目もハデで、優れた集客効果を発揮します。

最新・最速・大容量のシステムボード
「システムマルチ32」
(V70CPUボード)
業界に先駆けて早くも搭載!

8人まで参加できる通信機能搭載!

- 外形寸法(mm):1,780(W)×1,735(D)×1,775(H)
- 重量:約360kg ●消費電力:AC100V 265W
- 〒95-3886 PAT.PEND.

SEGA AMUSEMENT NEW ZONE SEGA AMUSEMENT NEW ZONE

アミューズメント クルージング

早く目的地に着くことが必要なら飛行機に乗ればいい。
しかし豪華客船を利用する旅行客は
船に乗っている間の「時間」そのものを楽しむ為に
船旅を求めるといいます。
アミューズメント・スペースを訪れるお客様も同様です。
お客様を退屈させない様な、いたれり尽くせりの
エンターテイメントはもちろんのこと
繰り返しお客様を誘引する魅力や
新しいお客様を獲得する人気や話題性。
それらをすべて備えたら、それはまさに
時間の大海原を航海する
アミューズメント・クルージング。
テクモが提案さしあげる
総合エンターテイメントで
大船に乗った気になって
快適なクルージングをどうぞ。

No.	種 別		サイズ W×D×H (mm)	重量 (kg)	消費電力 (W)
①	プライズ	バスケットチャンス	675×1,060×1,380	100	120
②	プライズ	ミスターバットマン	555×1,000×1,485	70	70
③	ビデオゲーム筐体	筐太郎	660×954×1,677	90	120
④	カーニバル	ダンプ・ザンプ	860×2,800×2,200	300	180
⑤	遊園施設	ドリーミーカルーセル	舞台径6,500・外柵径8,400・24人乗 H4,700(屋外用)・H2,700(屋内用)		
⑥	定置型乗物	ファンキーパンチョ	980×1,420×1,750	76	500
⑦	カーニバル	サイドワインダー	660×1,800×1,500	170	120
⑧	カーニバル	ボーラーローラー (アーチ付き3レーン)	1,575×2,645×2,675	820	840

メダルゲーム機の設置運営につきはしては「メダルゲーム場運営基準」を守ってご使用下さい.

TECMO テクモ 株式会社
TECMO, LTD.

本社： 〒102 東京都千代田区九段北4丁目1番34号
TEL. 03(3222)7620(直通) FAX. 03(3222)7629

TECMO. LTD. 4-1-34, Kudankita, Chiyoda-ku, Tokyo 102, Japan
Phone: 03(3222)7620 Fax: 03(3222)7629 Telex: J27174 TECMO

もうすぐ夏…

遊園地やプレイランドがちびっこ達をまっている。楽しい乗物はホープの製品からお選びください。下記製品は発売中の新製品です。

KPスターポリス

KO
アドベンチャークルーズ

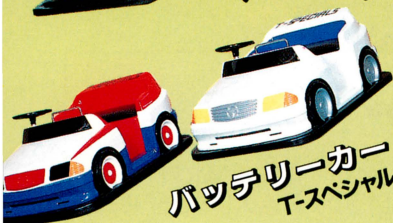
CGなかよしパレード

KN
つみきのシーソー

TOGO

新製品登場

SIMULATION RIDE ALICE アリス

100インチ3面マルチスクリーンによる
大迫力の体感重視型モーションシステムです。

ポップ ステップ カッパくん

マッドザウルス

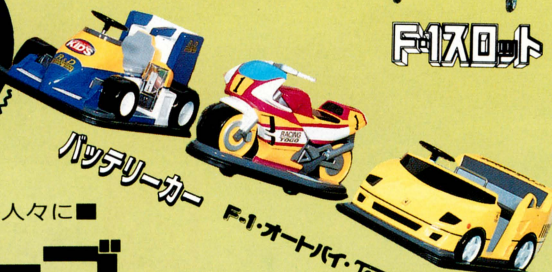
SUPER TENNIS スーパー テニス

ロール アンド ドロップ

パオパオエレファントJr.

F-1スロット

バッテリーカー ラリーカート

バッテリーカー T-スペシャル

バッテリーカー F-1・オートバイ・TOGO T40

■感動ある遊びを世界の人々に■

株式会社 トーゴ

本　社／〒152 東京都目黒区八雲1-5-7
☎(03)3718-6461 FAX.(03)3725-2420

ニチゴ

ニチゴがお届けします。『子供たちの夢』

ももたろうのおにたいじ

プレイヤーが物語りの主人公に！

景品払い出しとリプレイの2ウエイ方式！
ワンタッチで切り換え可能です。

〈あそびかた〉

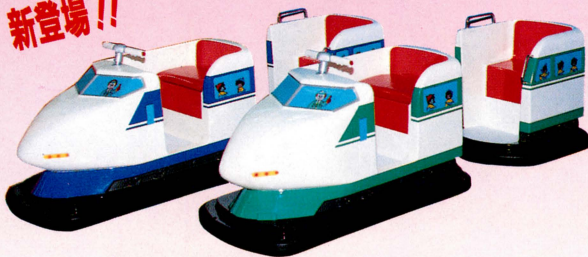
- プレイヤーが「ももたろう」となって鬼を征伐するボール投げゲーム。
- ボールが親鬼、子鬼の的に当たると「きじ」「いぬ」「さる」そして「ももたろう」と得点が上がります。
- 味方の「きじ」にボールが命中すると、得点は「スタート」に戻ります。
- 「ももたろう」まで得点が上がると親鬼が金棒を落として降参します。「おわり」のランプが灯き「カプセル」が出るか、「リプレイ（１回のみ）」が出来ます。

〈仕様〉●サイズ：W1580×D2350×H1800(2200)(m/m)●電源：電圧器24V●料金：100円～400円(4段階切換方式)●プレー時間：1分15秒(45秒、1分、1分30秒)(4段階切換方式)●ボール個数：5－10個(任意に設定して下さい)●デモ動作：1分間隔で作動します●〒 61－14569

待望の2輛連結新登場！

キディ・カー新幹線（しんかんせん）

ニチゴが、2輛連結「銀河鉄道スリーナイン」「ブルートレイン」を初めて製品化し、現在まで13年間無事故の実績を誇ります。今、ニチゴのノウハウを結集して、再び世に送る自信作、それが2輛連結「新幹線」です。

新登場!!

- 2輛連結でも安全性はバッチリ。
- ハンドル操作はラクラク。
- 稼動率、売上げは抜群。
- 2輛連結は子供の魅力。

〈仕様〉●サイズ：W570mm×1,985mm×H680mm●電源バッテリー：46B－24R（12V45AH）1個●タイマー：1.5分、2分、3分の3段階切換式●音響：新幹線ホーン他、音声3種●定員：2名●速度：3.5～4.0km／h●プレイ料金：100円／200円の2段切換式

縫いぐるみ
動物ロボット自動演奏装置

なかよしバンド®

サキソホン・ギター・ピアノ・ドラム・トランペットを持った5体の縫いぐるみ動物たちが楽しいコミカルな動きをしながら、音楽を演奏します。

▲忠実屋フランツ五香店
「アミューズメントプラザ・ウインドミル」

ステージ上に5体をセットし、アトラクションとして使用する事が一般的ですが、豆汽車コース内で、バラバラに配置したりなど、色々な設置方法があります。場所に応じて、効果的な配置をお考えの上御利用下さい。

●サイズ：		幅	奥行	高さ
トランペット演奏動物	切株台付	400m/m	400m/m	830m/m
ドラム演奏動物	切株台付	450m/m	420m/m	820m/m
ピアノ演奏動物	切株台付	430m/m	675m/m	740m/m
ギター演奏動物	切株台付	450m/m	420m/m	900m/m
サキソホン演奏動物	切株台付	450m/m	400m/m	920m/m

☆サイズは動物によって多少異なります。上記サイズは標準的な数字ですので予め御承知おき下さい。

●セット構成：
楽器付動物（台座付）	5体・1組
コントロールユニット（タイマー付）	1台
CDプレーヤー	1台
CDメインアンプ	1台
スピーカーユニット	1組
接続コード類	1式

●型式承認　〒91－44132
●JASRAC許諾済　PATENT P.

ニチゴ 日本娯楽機株式会社　日娯エンジニアリング株式会社
〒107 東京都港区南青山2-22-4
TEL(03)3402-7311(代表)　FAX(03)3403-8862

ジャイアント ガラポン

オリジナル

カーニバル機としても
イベント機としても最適！

ノックダウン方式(組立式)

デザインB きゅうぴっく

デザインA かごめかごめ

❶ボールの中に景品が入れられます。

❷5色のカラーで当りくじができます。

5colors!

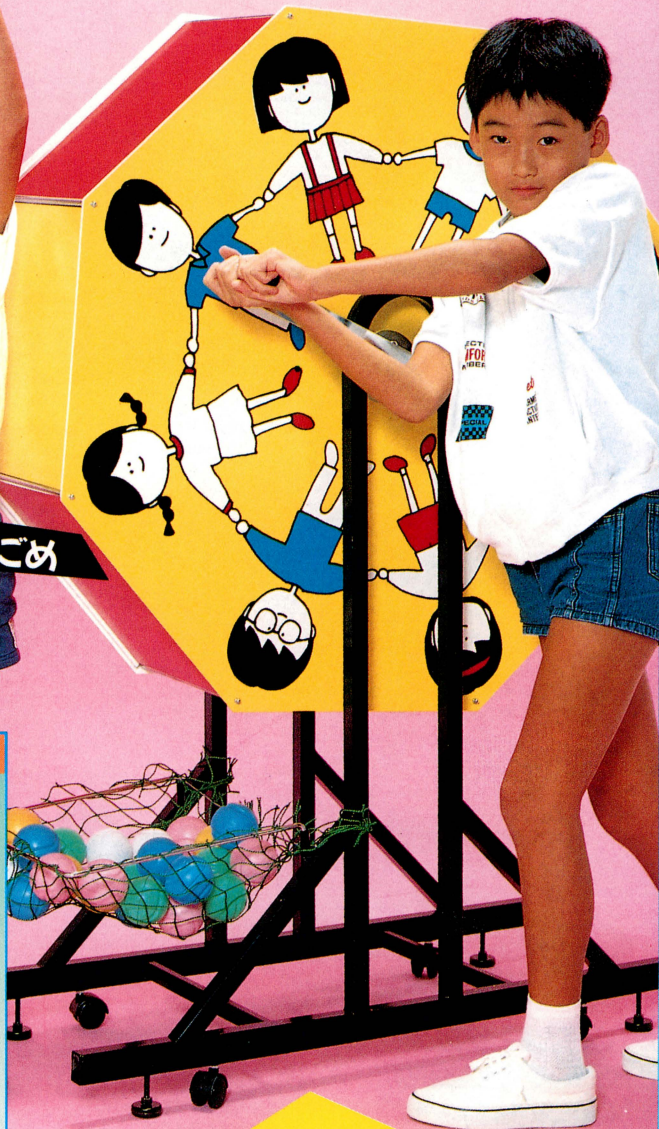
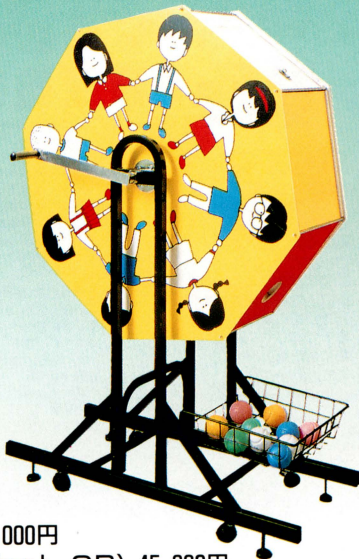
❸オリジナルプリントができます。

※48㎜φ カプセルも使用できます。

《仕様》●幅1.150㎜×奥行410㎜×高さ1,400㎜●総重量25kg●簡易組立式（組立説明書付）●抽選ボール最大500個収納可

抽選夢ボール（既存型）カプセル型ですから２つに割れます。直径68㎜。カラー：白、ピンク、青、黄、緑

実用新案出願中

本体価格(OP) 198,000円
夢ボール価格(500個セット、OP) 45,000円

O&T COMPANY LTD. 有限会社オーアンドティーカンパニー

TEL03(5474)1851 FAX03(5474)1619

東京都渋谷区神宮前1-20-4 原宿フォレスト2F

担当：竹内

コカ・コーラ スズカ エイトアワーズ

Coca-Cola Suzuka 8 hours

楽しさそのままSD(スタンダード)タイプ

㈱ナムコ

BUBBLE TROUBLE

ゴーリーゴーストII バブルトラブル

いたずらゴースト退治作戦！

㈱ナムコ

新製品情報
インカム情報
ロケ企画
運営ノウハウ
中古買入
ご相談…どんなことでもお気軽に

QUALITY AIMO

高品質が求められる時代だから
良いものをより良い形で…。
アイモは常にクオリティを求めます。

Stadium CROSS

スタジアム クロス

飛べ！トップライダー

㈱セガ・エンタープライゼス

ADVENTURE QUIZ CAPCOM WORLD 2

カプコンワールド2

クイズゲームの決定版！

㈱カプコン

●CPシステム 第19弾

BANPRESTO

とるとるキャッチャー
景品用ぬいぐるみ

きんぎょ注意報！2
7月発売
©猫部ねこ・講談社・テレビ朝日・東映動画

仮面ライダー2
8月発売予定
©石森プロ・東映

うる星やつら
8月発売予定
©高橋留美子／小学館・キティ・フジテレビ

アイモ高品質ぬいぐるみ

18センチ大き目サイズ
お相撲アイドル力士君
5種100個 ¥26,500

18センチ大き目サイズ
ザ・歌舞伎五人衆
5種100個 ¥26,500

製造元/㈱ミヤサン、発売元/㈲アイモ

AIMO 株式会社アイモ

TEL03(3986)4591(代) FAX03(3984)8710

〒170 東京都豊島区東池袋2-17-2 SYOWAハイム1F

sunwise
AMUSEMENT MACHINE DEVELOPMENT

マスコミでも大評判。

チビッ子たちに大人気の家庭用ゲーム〈バーコードバトラー※〉は、マスコミ各誌にもとりあげられて大評判。この〈バーコードバトラー〉用のキャラクターカードが出てくるのが《ジャンケンマン・かったらあげる!!》。各地で人気沸騰中で、現在高インカム記録を次々に更新しています。

※〈バーコードバトラー〉は㈱エポックのバーコード利用ゲーム機です。7月から新バージョンの〈バーコードバトラーII〉が発売される予定で、TV宣伝も実施中です。

ジャンケンマン™ かったらあげる!!

好評発売中！3大キャラカード

ドッジ弾平　コンビニウォーズ　サイバーフォーミュラ

新カード
くにおくん
7月20日
発売予定

タカラ ©タカラ©サンライズ・NAS・NTV・1991©EPOCH CO.,LTD.

●幅300mm×奥行350mm×高さ1,340mm（アイキャッチ含む）●60kg●カード容量約500枚

●耐久性抜群の「SS-91」筐体・3台連結例

バーコードバトラーは㈱エポック社の登録商標です。
ジャンケンマンは㈱サンワイズの登録商標です。

株式会社サンワイズ
〒181 東京都三鷹市大沢1-9-24
TEL.0422-31-2511㈹ FAX.0422-31-4637

未来への道を開く
「ファラオの予言」
●恋愛●結婚●金運●総合●相性
●幅660mm×奥行830mm×高さ1,800mm

「結局よかった」といわれる製品をお届けします…タニガワ

単純明快な面白さ。長寿命の系譜を継ぐメダル機です。

あのロングヒット機『ドラゴンフィーバー』の面白さが、
そのまま生かされたパチンコタイプ機です。

燃えよ！パチンコメダル

FIRE DRAGON

ファイヤードラゴン

持点が150点になれば ルーレットが自動スタート。

最初にメダルかコインを投入すると〔持点〕（設定は変更可）が表示されます。この持点はパチンコ玉を打ち出す毎に減りますが、チェッカーに入ればその得点を加算。150点まで増えるとルーレットがスタートし、電光が止まった枠の枚数のメダルを払い出します。

◀〔持点〕表示と〔縦ルーレット〕

省スペースのスリム筐体。複数設置で相乗効果。

筐体は狭い場所にも設置し易いスリムタイプ。台によって性質が異なるパチンコ使用ゲームであるため、２台、３台、５台と並べて置けば相乗効果を発揮。１台当たりのインカムの、さらなるアップが期待できます。

◆メダルペイアウト枚数は10～90枚
◆オプションで5¢コインにも対応

〈仕様〉
●幅630㎜×奥行450㎜×高さ1,550㎜
●ホッパー容量600枚●電源ＡＣ100Ｖ・70Ｗ・交流電源装置使用（▽61－14569）

TGM 株式会社 タニガワ
埼玉県越谷市神明町3-410-2 TEL0489(76)3211 FAX0489(75)9745

「結局よかった」といわれる製品をお届けします…タニガワ

占い&おまじない
ラッキー・チャーム
LUCKY・CHARM™

占いとおまじないをミックス！女性客に支持される省スペース設計占い機

●幅480mm×奥行410mm×高さ1,700mm

アイレム㈱

コカ・コーラ スズカ エイトアワーズ
Coca-Cola Suzuka 8 hours

手軽にスズカの迫力！2P筐体(SDタイプ)発売

新発売

●幅2,010mm×奥行1,860mm×高さ1,370mm

㈱ナムコ

カーカーパニック

アクション新鮮、ヨコ歩き！再びロケがヒートアップ！

●幅2,090mm×奥行1,420mm×高さ2,000mm

㈱ナムコ

NEW UFO CATCHER
ニュー・ユーフォー・キャッチャー

クレーン機の王道をいくロングランマシン

●幅1,680mm×奥行880mm×高さ1,940mm

㈱セガ・エンタープライゼス

UFO SEGASONIC
ユーフォー・セガ・ソニック

オマケ景品払出し！画期的新機構のスリムUFO

●幅900×奥行880×高さ1,800mm

BUBBLE TROUBLE™
ゴーリーゴーストII バブルトラブル

カップルに人気の『ゴーリーゴースト』第2弾！ガンシューティングゲーム

㈱ナムコ

●幅780mm×奥行1,220mm×高さ1,920mm

TGM 株式会社 タニガワ
埼玉県越谷市神明町3-410-2 TEL0489(76)3211 FAX0489(75)9745

「結局よかった」といわれる製品をお届けします…タニガワ

パチンコプライズの決定版
DRAGON FEVER 5
ドラゴン・フィーバー・ファイブ

驚異的ロング
ライフの景品
パチンコ

待望のニューバージョン!!

●サイズ＝幅650mm×奥行450mm×高さ1,550mm●重量60kg●アダプター電源使用

Stadium CROSS
スタジアムクロス

システムマルチ32第2弾！
最大8人通信可能の
モトクロスバイクゲーム

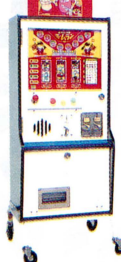
●幅1,780mm×奥行1,735mm×高さ1,775mm
㈱セガ・エンタープライゼス

チビッ子だ〜い好き
かいじゅうくん
KAIJU-KUN

評判の
シリーズ機に新しい
〔仲間〕登場!!

うんてんしゅ はぼくだ
UNTENSYU WA BOKUDA

かわいいなかま
KAWAII NAKAMA

それいけ ホームランII
SOREIKE HOMURUN

●幅500mm×奥行350mm×高さ1,230mm●重さ49kg●メダル、10円、100円(メダル貸出し)の3ウエイ方式●記念メダル払出し機付●BGM入り●〒61−14473(出力24V電源使用)

でかまるくん

緑の数字より
大きければ勝ち！

●幅452mm×
奥行350mm×
高さ1,210mm

やじきた珍道中
YAJI-KITA-CHINDOCHU

パチンコで東海道
スゴロクゲーム。

75φカプセル対応

●幅630mm×奥行450mm×高さ1,553mm●重量50kg●交流電源装置使用(〒61−14569)

TGM 株式会社 タニガワ
埼玉県越谷市神明町3-410-2 TEL0489(76)3211 FAX0489(75)9745

運命の扉が、いま開かれる。

さあ、占術の小部屋に入り、我が神託を聞くが良い。

ユノの伝説
The Legend of Juno™
©TAITO CORP.1991/TOWA JAPAN 1992
LICENCED BY die Mohre
ALL RIGHTS RESERVED
TOWA

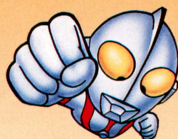
ユノの伝説

ユノは、全能の神ゼウスの妻にして、予言の神なり…

我が言葉は真理
我が言葉は宇宙
我が言葉は未来

占いジャンル
●運勢占い5ジャンル
●相性占い2ジャンル
※本格的なタロットTV占いです

●サイズ＝幅900㎜×奥行1,600㎜×高さ2,010㎜●重量185kg
※分割にて搬入可

※製品の仕様、カラーなどは予告なく変更する場合があります。

TOWA 株式会社トーワジャパン
〒164 東京都中野区中央1-35-1毛利ビル3F
TEL03-5389-1321　FAX03-5389-1377

ご注文は、お近くのアミューズ商品取扱代理店までお申込みください。

ANIMAL

品質アップで更に充実。
安定したインカムにかかせない定番アイテムです。

楽しい仲間の定番商品

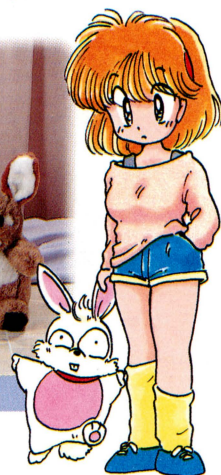
リアルアニマル
18cm　10種　100個入

ジャングルアニマル
18cm　12種　100個入

高級感あふれるぬいぐるみ

スイートキャロル
18cm　10種　100個入

カーニバルを演出する大きめサイズ
クレーンでも使えます。

アニマルベル
20cm　6種　100個入

仲間が一匹ふえた、かわいいポーチ

おなかのチャックから
小物が入れられる
女の子に人気の
アイテム!!

NEW

アニマルポーチ
19cm　5種　100個入

CHARACTER

おなじみのキャラクターから
オリジナルキャラクターまで
高品質でインカムアップに
自信をもってお奨め致します。

モンスター Part 1
18cm　5種　100個入

平成 天才バカボン
18〜22cm　6種　100個入

ご注文は、お近くのアミューズ商品取扱代理店までお申込みください。

MECHANIC

今、人気のメカニックシリーズ。
夏のモータースポーツ最盛期に向けて必須アイテムです。

エキゾーストノートの咆哮が
プライズレースを駆けぬける!!

WGP-win

WGP(ワールドグランプリ)
レースのマシンを再現。
風防、ハンドルにプラパーツ
を使用したリアルタイプ!
プラスチックスタンド付

WGP-win 18cm 5種 100個入

F1-win

F1 Win 16cm 5種 100個入

愛敬たっぷりの
子猫たち

猫ね! 子ねこ
16cm 5種 100個入

ANIMAL CHARACTER

動物ぬいぐるみが
キャラクターとしてデビュー!
世界観をもったNEWタイプ商品に
注目して下さい!

タッグ付

ボリューム感あふれる
かわいい動物たち!

つれてってマイペット
18〜20cm 10種 100個入 ©R's

マンガ つれてってマイペット
by あるまじろ

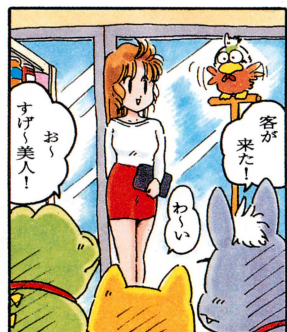
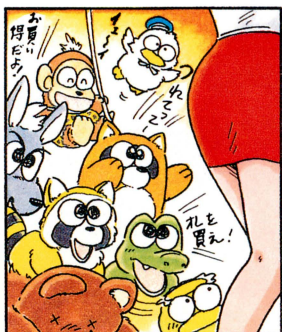
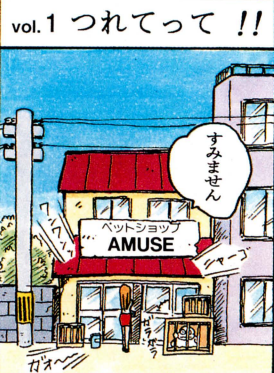
vol.1 つれてって!!

すみません
ペットショップ AMUSE

動物たちの予防接種に来ました

きっとオレたちを買いに来たんだ
あの娘なら、きっとうまいものくわせてくれるぞ

客が来た!
お〜すげ〜美人!
わ〜い

AMUSE® プライズ商品のベストクリエイター

ANIMAL

安定したインカムにかかせない
アニマルシリーズからインパクトを
もたせたシリーズまで豊富な商品群

特選ぬいぐるみ
15～20cm　10種　100個入

DXひょうきんアニマル
16～20cm　10種　100個入

タッグ付

マザーアンドチルドレン
18～21cm　5種　50個入

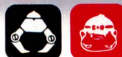
タッグ付
NEW

コスチュームアニマル　18～22cm　10種　100個入

夏の定番！
ナイロンタフタ製のこれ!!

トロピカルランド
6～18cm　10種　100個入

AIR VINYL

人気キャラクターが勢ぞろい

空気ビニールキャラクター 各種
笑うセールスマン
スーパーマリオワールド
ウルトラマン
ゴジラ VS キングギドラ
ムーミン一家
平成 天才バカボン
サンリオファミリー
サンリオ起き上がり

クレーン対応　カーニバル　メカニック　アニマル
童話　メカニック　キャラクター

全国送料元払いサービス
(但し、5ケース以上。沖縄は一部負担となります。)

75φカプセル、ビーバー対応商品

商品	入数
スペシャルライターセット	100個セット
アクセサリーセット	100個セット
キャラクターセット	100個セット
ファンシーショーツセット	100枚セット
スペシャル時計セット	100個セット
特別セット	
75φラッキーカプセル(特) 腕時計入	150個入り
75φラッキーカプセル(上) 腕時計入	150個入り
75φラッキーカプセル(並) 腕時計入	150個入り

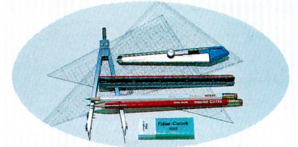
☆カプセル入りは、100個(単価20円増し)ソフトカプセル使用
☆75m/mソフトカプセル、インカップご希望の場合、20円増しにてお入れ致します。

AMUSE®
株式会社アミューズ
〒116 東京都荒川区東日暮里2-14-4
TEL.03-3802-8041
FAX.03-3802-8058

店舗の企画、設計にも情熱を燃やします―― ㈱ジール

よい情報、よい製品、よい関係

BANPRESTO

とるとるキャッチャー
景品用ぬいぐるみ

©講談社・テレビ朝日・東映動画

きんぎょ注意報!2 7月発売

©高橋留美子/小学館・キティ・フジテレビ

うる星やつら 8月発売予定

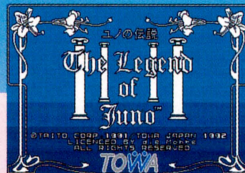
©石森 東映

仮面ライダー2 8月発売予定

©大映

ガメラ 8月発売予定

運命の扉が、いま開かれる。

ユノの伝説
The Legend of Juno
©TAITO CORP. 1991 TOWA JAPAN 1992
LICENCED BY ALE TORRE
ALL RIGHTS RESERVED
TOWA

ユノの伝説

●幅900mm×奥行1,600mm
×高さ2,010mm

㈱トーワジャパン

Ve-na
ヴィーナ

恋愛専科。
コンピュータ占い。

データイースト

ラッキー・チャーム
LUCKY・CHARM

占い&おまじない
PTLシリーズ
第12弾

アイレム㈱

●㈲ワンズライフ関連会社
株式会社ジール
TEL03(3974)7090
FAX03(3974)7835
〒171 東京都豊島区高松2-48-3 杏コートウエスト1F

サッカーボール Ver.2
10色40個セット

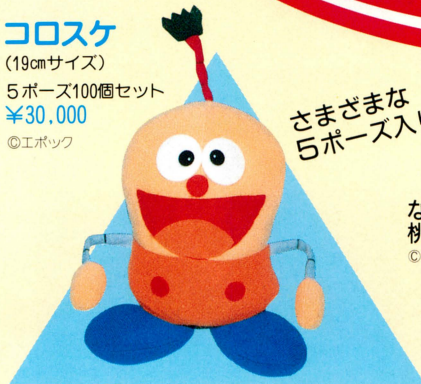
フットボール Ver.2
9色45個セット ￥14,400

景品は感謝の気持です。

良品印

SYSTEM SERVICE

コロスケ
(19cmサイズ)
5ポーズ100個セット
￥30,000
©エポック

さまざまな
5ポーズ入り!!

ぬいぐるみキャラセット
独立キャラ3種100個
￥26,800

なんたって
桃の湯
©小道迷子
小学館

BU-BUブラッキー
©講談社

さんまのまんま
©関西テレビ・ラック

新登場!
ぼくまんまセット
1種100個セット
￥28,800
(まんまのみのセットです)

BANPRESTO
とるとるキャッチャー
景品用ぬいぐるみ
バンプレストのキャラクター景品のあらゆるものを取扱っております。随時予約受付中!

お知らせ
75φソフトカプセルはじめました。

★目次対抗ページもご覧ください★

驚きのプライス
1個100円!

ニューシステム
〔小〕セット
180個セット ￥18,000

●バンプレスト景品の取り扱い店
SYSTEM SERVICE
システムサービス株式会社
〒173 東京都板橋区大山金井町36-10
シャトーフレンズ1F
TEL 03-3956-3181
FAX 03-3956-3699

新キャラグッズ 100個セット (●75φカプセルに入ります。) ￥18,000

NEW高級アクセサリーセット 100個セット 価格据え置き
※デザイン・製作/高円寺BORD・DE・LA・MER

オリジナリティでゲーム景品を面白くするナビスです。

品質重視本格派

人気抜群、どこでも評判

スーパーゴリラ5

90個セット ¥29,700

高級感ありあり！
縫製一新です。

内容一新、さらに充実

ニュー大奉仕セット

100個セット ¥16,800

新しくて内容も
ーランクアップ！

●上記の表示価格には送料、消費税は含んでいません。●景品のセット内容は変更する場合があります。●ゲーム景品、ゲーム機械のことなら何でもご相談ください。

楽しまれることが楽しみです。

NAVIS ナビス産業株式会社

大阪支店：〒556大阪市浪速区桜川1丁目1-28三宝ビルTEL06(561)9863・FAX06(561)9873

本社営業部
〒593 大阪府堺市草部119番3号
TEL0722-72-5933 FAX0722-72-5934

オリジナリティでゲーム景品を面白くするナビスです。

品質重視本格派

お楽しみ商品いろいろ
ニューパケット(バラエティ)セット
90個セット ￥27,000

小物が置けて便利、便利
ニューパケット(ヨット時計)セット
90個セット ￥27,000

〈ニューパケット〉はクレーン機に最適な景品用透明ケースです。

機能いろいろデザイン多彩
ファッション時計セット
100個セット ￥20,000

大人らしいシャレもの
ライターセット
100個セット ￥27,000

本皮づくりのオリジナル
魚のキーホルダー
100個セット ￥23,000

まぶしい金色もの
DXアクセサリーセット
100個セット ￥25,000

人気キャラ勢揃い
キャラクターセット
100個セット ￥18,000

なんと、すばらしい!!
ディズニーキャラセット
58個セット

●上記の表示価格には送料、消費税は含んでいません。●景品のセット内容は変更する場合があります。●ゲーム景品、ゲーム機械のことなら何でもご相談ください。

楽しまれることが楽しみです。
NAVIS ナビス産業株式会社
大阪支店：〒556大阪市浪速区桜川1丁目1-28三宝ビルTEL06(561)9863・FAX06(561)9873

本社営業部
〒593 大阪府堺市草部119番3号
TEL0722-72-5933 FAX0722-72-5934

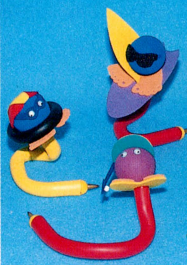
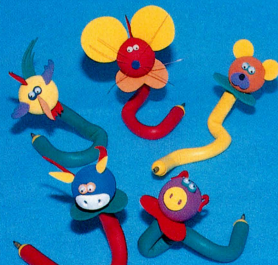
お待たせしました。目新しいクレーン景品です。

おじいちゃんからドラ息子まで
カバくんファミリー
10種100個　¥29,800

大人気のカバくんがファミリーで新登場！

●すべてトランプ占い付●

面白くて可愛くて実用的
まがりっこボールペン
400本（100本入り4ケース）¥88,000

●ハートマン、マネーマン
●ジャングルアニマルシリーズ
●スポーツシリーズ
●動物シリーズ

●大き目100φカプセル対応です。
（特製100φの空カプセルを別売しております）
●種類は上記以外にもあります。

〔ボンジーニ〕の出現で、伝統の対人ゲーム人気がジワジワと沸騰中です。

●どこにでも置ける電気不要のコインオプ機（ボールは7～13個、設定可）。
●抜群のプレイ感覚が味わえるショックアブソーバー付ロッド。
●組み立て、分解が簡単。スペアパーツは長年在庫で安心。

Model B60
管理がラクなトップグラス付モデルです。
●幅1,000mm×長さ1,500mm×高さ1,000mm
●重さ90kg

フランス生まれの本格派
Football Table
BONZINI
ボンジーニ〈フットボール テーブル〉

●輸入発売元
富貴商会
TEL075(595)1136　FAX075(595)1139
〒607 京都市山科区西野広見町32の2　リネンビル3階

良い景品、魅力ある景品の開発に全力投球！
ちょっと大きめタイプ、ファンシータイプと、
どの景品もプレイヤーを虜にする千両役者揃いです。

この他、新作続々登場！御期待下さい

ゴリラは動物モノの人気1番！

ゴリ3（ちゃん）

3色72個セット　¥24,000

●身長18cm

これがゴリラの正統

ちょっと大きめ！

※写真は試作品です。

しっぽに注目！ちょっと大きめ

あら！いいぐま

2色72個セット　¥23,000

●身長18cm
●尾長15cm

ディズニーキーホルダー

Aセット 58個入
Bセット100個入

●75φカプセル対応
※100個入はサンリオとウルトラマン入

カナディアンベア

6種72個セット
¥20,000

●75φカプセル対応

F－1

3色100個セット
¥20,000

●75φカプセル対応

ミニ(マン)丸

6色100個セット
¥18,000

●75φカプセル対応

ぶつかって前後に走る！

バンバンカー

6色100個セット
¥15,000

新登場

●遊び方●
①うしろへひっぱります。
②手をはなすと走り出します。
前のしょうがい物にあたるとうしろへ、うしろのしょうがい物にあたると前へ、前後にはねかえって走ります。

●75φカプセル対応

O.S.Co.,LTD
オリジナル景品の専門商社
オー・エス・シー
〒533 大阪市東淀川区大隅2-6-8 木下ハイツ1F
TEL06(325)2881～2
FAX06(325)2883

お待たせ！続々登場千両役者

動物モノの売れ筋、ゴリラに
斬新なニューフェース登場！

おとぼけゴリラ

2ポーズ96個セット
(立ちポーズ、座りポーズ)
¥30,000(全長18～20㎝)

▲立ちポーズ　▲座りポーズ

ウッホッッホ
ウッホッッホ

ひとつ一つが丹念な手作り

バッドキッド

7種84個セット(17～20㎝サイズ)
¥25,200

出来が違います

意匠登録出願中　㈲アム・ワールド

かわいさ、感触最高デス

やわらかアニマル

〈動物は10種類〉パンダ、ゾウ、クマ、ブタ、
シカ、イヌ、キツネ、トラ、ワニ、ウシ

■LLサイズ(25～27㎝サイズ)
単品100個販売
(カーニバル用・単品売り)
■Lサイズ(18～20㎝サイズ)
10種100個セット販売

■Mサイズ(16～18㎝サイズ)
10種100個セット販売
※ナイロンタフタ製

O.S.C O.,LTD
オリジナル景品の専門商社
オー・エス・シー
〒533 大阪市東淀川区大隅2-6-8 木下ハイツ1F
TEL06(325)2881～2
FAX06(325)2883

夏商戦を迎え射つまぶしい魅力の精鋭たち

「ギラギラ」の季節に「ウハウハ」のインカム!この夏も景品は**オーブネス**にお任せ。

オリ・ゴリフ(セブン)

―檻の中の懲りないゴリラ―

7種60個
身長19〜20cm

只今ノンキャラの部、人気No.1はゴリラ。この愛嬌ある表情でヒット確実!

ドレスアニマル

動物モノに+αが今後のトレンド!

6種100個
(18〜19cm)
¥26,000

南のキツネ

コン!にちは 6色の兄弟です

6種100個
(17〜18cm)
¥26,000

イベントO(オー)

カーニバル向け大きめセット

50個

OAO―10

お徳なえり抜きセットです

100個
¥198,000

●上記金額には送料、消費税は含まれていません。 ●ぬいぐるみデザイン、セット内容は一部変更する場合があります。

OBNES

●株式会社富士リース関連会社

株式会社 オーブネス

フリーダイヤル 0120-311607

TEL06(641)6001 FAX06(645)0888

〒556 大阪市浪速区元町1-2-2 浪芳ビル5階

THE BEST HIT PRIZE FAMILY

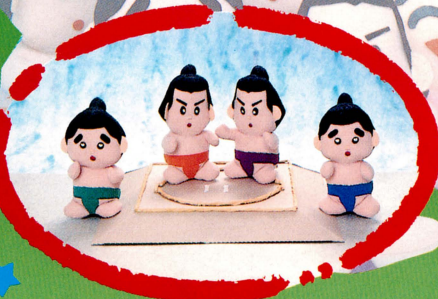
by TECMO

OH! MY コンブ

©秋元 康・かみやたかひろ／TBS・講談社　企画協力 ㈱タカラ

¥30,000（100コ入り）

F-1 GRAND PRIX　JAPAN F1 GP

©フジテレビ

¥29,500円（100コ入り）

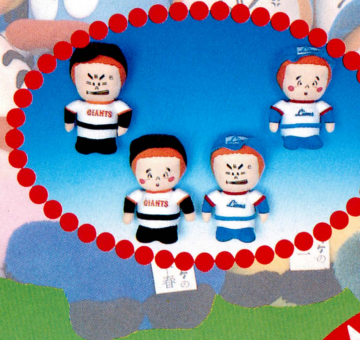
イレコミ君

©TAKARA 1991

¥24,000（80コ入り）

相撲取り イレコミ君

©TAKARA 1991

¥24,000（80コ入り）

JIGSAW PUZZLE

ジグソーパズル

¥25,200（84コ入り）

Mr.CROKET

ミスター.コロッケ

©Mr CROKET 1989

¥29,500（100コ入り）

TECMO

テクモ 株式会社

〒102 東京都千代田区九段北 4-1-34

TEL：03(3222)7620 FAX：03(3222)7629

永遠のヒーロー！アメリカン・コミックのスーパースター、ついに登場です。

SUPERMAN

スーパーマン

話題の新登場

23cmサイズ

スーパーマン

6種100個 ¥29,800

スーパーマン

スーパーガール

クラークケント

●上記金額には送料、消費税は含まれておりません(送料については、1回のお買上げ金額が10万円以上の場合は当社で負担いたします)。

ぬいぐるみ・輸入雑貨卸売り商社

株式会社 メキシコ

TEL 0273(63)9000（24時間受付）

FAX 0273(63)3231

本社／〒370 群馬県高崎市小八木町2038-3

◆業務時間◆

AM9:30〜PM5:30

日・祝日休

〈振込先〉

高崎信用金庫 南支店

普通預金口座

No.0142722 ㈱メキシコ

倉庫／〒370 群馬県高崎市中尾町767-5 TEL 0273(64)0180

景品なんて旨けりゃイイジャン！とはいえ
景品市場は近頃ほろにが。
一歩すすんだ「景品」をお捜しの方に
吟味して仕込んだ逸品をお届けします。
大人になったら「二番搾り」。

新発売

うれしいヌイグルミ
アニマル飲んべえ
二番搾り
6種96個

クリエイティブにゲーム景品の世界を拓く…
浦山商事株式会社
東京都江戸川区北小岩4-20-15
TEL03(3658)1236(代)
FAX03(3650)8380

遊園地へロケへ！ホットな情報ダイレクト通信

保存版 '92・7

NEW

感触最高
女性に大ウケ
要予約 受付中！
カーニバルゲーム
ロケのディスプレイ
クレーンゲームに
最適

ネコ(マン)丸

1991©FOR YOU CORP

7色100個(18～19cm) ￥29,000

※特殊生地を使用しており、しっぽを持って2～3回振り回すと風合いが甦ります。

カーニバルゲーム、クレーンにOK

©1992 FOR YOU CORP.

ペールポンジ

60個(18cm～19cm) ￥18,000

ハナコPART2

チューリップも仲間入り

©1992 FOR YOU CORP.

1セット96個(23cm、吸盤付き) ￥30,000

クレーン用 100円2P用ぬいぐるみ

ドリームテイクアウトセット

100個(15cm～20cm) ￥15,000

カーニバル用！質感は本物指向

©1992 FOR YOU CORP.

1・2・3・4・5リラ

96個 ￥33,600

ディズニー

誰もが知ってる強力キャラ

58個セット 75φ対応

スヌーピー

「ほのぼのユニーク」な魅力

58個セット 75φ対応

NEW

憎めない人気者

ガーフィールドキーホルダー

58個

NEW

おなじみの世界的キャラ

ニューキャラクターセット

75φカプセル入(ハード)100個 ￥18,000

©1992 FOR YOU CORP.

NEW

温故知新のキャラクター

ベティちゃんセット

67個

スイートランド専用景品	200個	￥30,000	キャラクターセット	100個	￥16,000
砂時計セット	100個	￥20,000	ドリームセット	100個	￥16,000
金さん銀さんＫＨ	100個	￥24,000	人気アニマルＫＨ	100個	￥16,000

企画・製造・販売元

有限会社フォーユー

遊園地・テーマパークのオリジナル企画専門業社

TEL 06(584)7700
FAX 06(584)7800

〒552 大阪市港区市岡元町2丁目6番15号 コータスKN2F-B

※景品のセット内容は変更する場合があります

Gaming & Slot Play MEDAL

高品質、高精度、確実な納期

メダル研磨機　TC-70

きれいなメダルで楽しいゲーム

- 研磨材完全分離機能。
- 特殊研磨材により汚れがきれいに落ちる。
- モーター焼付防止装置の付いた、安全設計。
- コンパクト設計だから、どこにでも設置可能。
- ホッパー連動により、メダル投入のみで完全自動。

全体寸法：巾900×高さ742×奥行470mm

アミューズメント用メダル

■各種ゲーム用コインメダル●テニス練習場、ゴルフ練習場、駐車場、バッティングセンター各種チップコイン●パチスロ●アレンジボール●オリンピアマシン

お好みのデザインで制作できます。

■各種サイズがあります。（直径）

19㎜・24㎜・24.4㎜・25㎜・25.5㎜・26㎜
27㎜・28㎜・28.5㎜・29㎜・30.8㎜・35㎜
38㎜　その他各種サイズがあります。

株式会社 トーケン

■ 東京支店 / 〒105 東京都港区東新橋2-7-7（新橋国際ビル4F） ☎(03) 3438-0698
■ 大阪支店 / 〒540 大阪市中央区大手前1-7-31（OMMビル4F） ☎(06) 943-2512
■ 福岡支店 / 〒812 福岡市博多区博多駅前2丁目10-19（福岡ファッションビル） ☎(092) 472-3600
■ 名古屋店 / 〒464 名古屋市千種区松軒1-9-20（アーバンMY1階） ☎(052) 712-3665

お母さんと一緒に遊べる童話ゲーム。大人気です。

誰でも知ってるお話だから気軽にプレイ。
並べて置けばお互いに高インカムです。

がんばれ!ももたろう おにたいじ

ONITAIJI

逃げてくる鬼は何匹かな?

●三者択一。当たれば景品ペイアウトです。
※流れるLED表示でゲーム案内。
アイキャッチ効果も満点です。

46φ、75φ
カプセル対応

●幅740mm×奥行630mm×高さ1,620mm●標準プレイ料金=30円1プレイ・100円4プレイ●交流電源装置(〒61-14569)別置使用

あかずきんちゃん

おばあちゃん、元気かな

AKAZUKIN-CHAN

おばあちゃんの家はどっちかな

●オオカミが出るとゲームオーバー。
おばあちゃんなら景品ペイアウト。

46φ
カプセル対応

●幅700mm×奥行640mm×高さ1,460mm●重量約70kg●標準プレイ料金=30円1プレイ・100円4プレイ●交流電源装置(〒61-14569)別置使用

おむすびコロリン

おじいさんガンバッテ

OMUSUBI KORORIN

カプセルが穴に入るかな

●入りそうで入らないドキドキゲームです。

●幅710mm×奥行790mm×高さ1,555mm●重量約80kg●標準プレイ料金=30円1プレイ、100円4プレイ●〒非対象(電源装置別置式)

くらしに夢と遊びを…

UA 株式会社 友栄

東京都千代田区三崎町3丁目7番5号
〒101 ☎03(3263)9421(代) FAX03(3263)9476

ADULT・MEDAL・GAME

メダルゲームに一大革命！

新発売！

TOP SHOOTING®

トップシューティング

従来のメダルゲームの概念を打ち破り、
全く新しいコンセプトのメダルゲーム遂に誕生!!

●マニアだけでなく、女性層を含め誰れにでも気軽に遊べます。

IN GAME

遊び方は簡単。
標的を狙ってさぁチャレンジ！

画面上に現れた標的のヒットエリア(◎)を狙って引き金を引くだけです。当るエリアによって得点があがります。得点はクレジットに加算(メダル払い出し機構付)されます。

赤い標的を狙え。
最高3,000点のビッグチャンス！

"TOP"の声とともに赤い標的が突然出現します。うまくヒットすると100点～3,000点の高得点になります。

TARGETS

BIG TARGET	MEDIUM TARGET	SMALL TARGET	TOP TARGET
1～10点	10～30点	10～90点	100～3000点

〈仕様〉●サイズ：W690×D1,450×H1,865(m/m)
●重量：130kg●消費電力：110W●外部入力電源：定格入力電圧100V・50／60Hz●メダルサイズ：25¢・5¢ ●実用新案・意匠登録出願中
※仕様は改良のため予告なく変更することがあります。

sigma &
TAIYO JIDOKI

TAIYO JIDOKI
株式会社太陽自動機
TAIYO JIDOKI CO.,LTD.
■〒134 東京都江戸川区東葛西5-46-3■FAX 03(5696)5515■TEL 03(5696)5511(代)

ADULT·MEDAL·GAME

日本で生れた世界のスロット

ROUND SLOT

ラウンド スロット

新発売!

エキサイティングなメダルマシーン華麗にデビュー!!
今,ロケーションでインカム抜群!

●メカニズムとビデオモニターがドッキング。メカトロニクスでメダルマシンの本質を追求!
●プレイヤーが自分でオッズの条件を選択。スロットルレバーの操作でＢＩＧなスコアを狙ってスリル満点!
●最高20,000枚のメダル獲得チャンスに大感動!

●レバーのストップで高配当を狙い打ち!!

レバーを戻すと５秒で停止します。プレイヤーの戻すタイミングで高配当獲得のチャンスが更に大きくなります。

●最高配当20,000枚のビッグチャンス!!

ＢＥＴをするたびにオッズと条件がドンドンＵＰ!最高配当20,000枚の獲得チャンスはプレイヤーを魅了します。

●条件UPの大チャンス!!

7 のカードを引くとジャックポットの高配当ボーナスチャンス!

のカードを引くと２倍、３倍、４倍の高配当チャンス!

BC のカードを引くと当りスポットのワイドチャンス!

〈仕様〉●サイズ:W650×D790×H1780(㎜)●重量:80㎏●消費電力:AC100V80W●外部入力電源:定格入力電圧AC100V50/60Hz●メダルサイズ:25￠●JAMMA㊔機械基準届済●特許·実用新案·意匠登録出願中

sigma &
TAIYO JIDOKI

TAIYO JIDOKI
TAIYO JIDOKI CO.,LTD.
株式会社 太陽自動機
■〒134 東京都江戸川区東葛西5-46-3■FAX 03(5696)5515■TEL03(5696)5511㈹

サイズ/17~18cm 100個入り
価格 ¥26,000

©TAITO CORP
ワールドドッグシリーズ

シクソーパズル(ボンパズル)

サイズ/9cm 200ピース 100個入り
価格 ¥27,000

シンプソンファミリー

商品番号/454014310
サイズ/16~21cm 100個入り
価格 ¥29,800

サイズ/16cm 100個入り
価格 ¥30,000

レッスルフェスト

オリジナル野性動物
©TAITO CORP.

商品番号/454036210
サイズ/13~20cm 100個入り
価格 ¥23,000

サイズ/18cm 100個入り
価格 ¥30,000

(株)ローラートロン
ワン!タッチャブル!

サイズ/18~23cm 100個入り
価格 ¥29,000

ハンドパペット ©TAITO CORP.

※セット内容は予告なく変更する場合がございます。

いろいろ挑戦したけどやっぱり、これだね!

新しく変わった!
得だねがいっぱい。

2人用クレーンゲーム

NEW CAPRICCIO™

ニューカプリチオ

軽快なフロントデザインで新しく生まれ変わったニューカプリチオ。3ケタのデジタルルーレットでより見やすくなったラッキーチャンス機能や2WAYコインレジェクター、4タイプのサウンドセレクト機能などアミューズメントスペース新時代に対応させています。

●筐体仕様
サイズ:W1,760mm×D880mm×H1,940mm/重量:185kg/消費電力:110W(AC100V・50/60Hz)/最大消費電流:1.8A/電取番号:〒91-35355

●景品サイズ・容量
150mm×250mmのぬいぐるみ400個 程度

※筐体の外観、仕様、画面内容等は、改良の為、予告なく変更する場合がございます。

株式会社タイトー
本社:〒102東京都千代田区平河町2-5-3 TEL.03-3222-4888

キャッチ・ザ・ハート ――
TAITO

●●●●●● 2画面ならではの迫力シーン! ●●●●●●

行け!さい果ての国へ
勇者の旅路を再び歩め

Warrior Blade ウォリアーブレード

パワフル&コンパクトの多面画筐体第4弾。モニター後傾マウントでより省スペース。新設計の"TAITO SOUND FORCE"の大迫力重低音。フルフロントメンテナンスを実現。

●筐体仕様 サイズ:W850mm×D1,140mm×H1,600mm/重量:124kg/消費電力:125W/最大消費電流:1.7A/電取番号:〒95-3231

デッド コネクション DEAD CONNECTION™

狙った獲物は逃すな……
徹底的に破壊するまで!!

捜査官とマフィアとの抗争。アクション映画のような激しい銃撃戦、乱射による破壊の快感が120%満喫でき、簡単な操作で多彩なアクションが楽しめる超ド派手なシューティングゲーム。全8ラウンド、2人同時プレイ可。

F2 SYSTEM

●2Pダブルコンパネ8方向レバー2ボタン

VEGAS JACK ベガスジャック

美しい女性ディーラーとの
華麗なる駆け引き。

ダブルアップゲームが最初に行えるのでチャンスが2倍。立体感あふれる女性ディーラーの映像で臨場感が盛り上がります。

●筐体仕様
サイズ:W2,910mm×D1,950mm×H2,320mm 重量:約690kg
消費電力:1070W
最大消費電流:10.6A
電取番号:〒95-4434

Dr.バイオの野望を撃ち砕け! SILENT DRAGON サイレントドラゴン

HOW TO PLAY
- ■ライフ及びタイムが0になるとゲーム終了
- ■アイテムを取って体力回復と得点UP
- ■コイン追加で体力及び一定時間パワーUP
- ■ボスを倒してステージクリアー(全5面)
- ■4人同時プレイ可能

1990年代のパイオニア… ABLE(エイブル)

達を参加させて下さい

26インチモニターの新筐体新登場!!

筐太郎
キョウタロウ

新発売!

●モニター回転機構
スイッチロックのレバーを押し込むと、ロックが解除、ガスダンパーにより自動的にモニターが持ち上がり、隣接のキャビネットに関係なくモニターを回転可能。モニターを押し下げると、自動ロックで収能される。
●扉(スモーク無し強化ガラス(5㎜))
横画面時は下から上へ、縦画面時は左から右へ開く。

●サイズ:W660×D954×H1677(㎜)
●重量:約90㎏ ●モニター:26インチ

●㈱テクモ

臨場感あふれる新筐体に話題沸騰!!

PONY 40™
ポニー・40

新発売!

40インチ大画面で迫力満点!

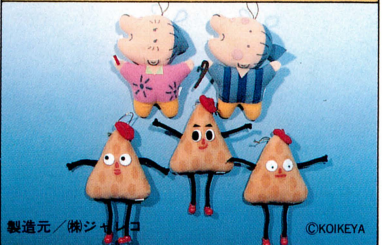
●サイズ:W1,080×D2,120×H1,725(㎜)
●㈱ジャレコ

景品各種

アニマルポーチ
製造元/㈱アミューズ

キキ&ララ
総発売元——あそびは文化 タカラ
©1976,1992 SANRIO CO., LTD.

ポリンキー&ヒーおばあちゃんファミリー
製造元/㈱ジャレコ
©KOIKEYA

バンプレストコーナー
とるとるキャッチャー 景品用ぬいぐるみ
愛・ティアYOUモア BANPRESTO

お知らせ
お陰さまをもちまして、バンプレスト製ぬいぐるみ景品は
11月分までの予約分を完売致しました。
今後ともよろしくお引き立てのほどお願い申しあげます。

㈱バンプレスト代理店=㈱エイブルコーポレーション

株式会社エイブルコーポレーション
〒171 東京都豊島区池袋4-8-3 エイブルビル
TEL:03(3988)2061㈹ FAX:03(3986)5180
ABLE CORP

喜ぶ顔っていいな

いつまでも人気者。自慢のロングライフ機です。

チビッ子から大人まで幅広い客層に楽しまれるメダル機＆プライズ機です。

永遠の恋人 Madonna III マドンナIII

㈱ユニバーサルと㈱カトウ製作所が共同開発。人気のパチスロ2.5号機をベースにした本格アミューズメントスロットです。

- 女性好みのファッショナブルデザイン
- プレイ意欲を刺激する「リーチ目」を表示
- スピーディに50枚までクレジット可能

●幅505㎜×奥行500㎜×高さ1,450㎜(看板含む)●重量65kg●メダル、100円(メダル貸出し機能)の2ウエイ仕様

狙ってザクザク一発台 Miracle Shot ミラクルショットII

時間制のパチンコゲームにルーレットを組み合わせた興奮のメダルゲーム

- 一発台パチンコの面白さ大凝縮
- メダルの最高払出し枚数は90枚

●幅630㎜×奥行500㎜×高さ1,670㎜(看板含む)

大当り・ゴングルーレット付 ビッグマッチ BIG MATCH

エキサイティング！回転リールのジャンケンメダル。

●幅500㎜×奥行400㎜×高さ1,520㎜●10円、100円、メダルの3ウエイ方式

いい日わるい日ふつうの日 はたらきものタクシー WORKING TAXI

得点が増えたり減ったりの面白プライズです。

●幅450㎜×奥行500㎜×高さ1,450㎜(看板含む)●標準プレイ料金＝100円2プレイ●46φカプセル対応

ギャー！オオカミだぁ るすばんやぎさん RUSUBAN-YAGISAN

グリム童話がゲームになって高インカム。

75φ・46φカプセルにワンタッチ対応

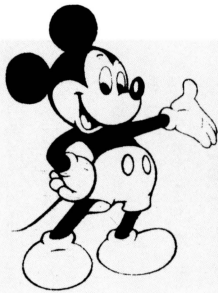
同時発売！専用75φカプセル景品

●幅650㎜×奥行735㎜×高さ1,540㎜●標準プレイ料金＝100円2プレイ(切替可)

『喜び』のレジャーシステムを創造する
株式会社 カトウ製作所 KATO MANUFACTURING CO., LTD.
〒157 東京都世田谷区北烏山6－24－13 TEL(03)3307－1221㈹ FAX(03)3307－1244

巻頭特集

世界で4番目のミッキー王国誕生

――ユーロディズニー・リゾート――

Euro Disney®
RESORT
©Disney

フランス・パリの中心から東へ32㎞の農村地帯、マルヌ・ラ・バレ地区で建設中である「ユーロディズニー・リゾート」の第1期計画分がこの程完成、4月12日にオープンした。

今回開業したのは、55万㎡の面積を持つテーマパーク「ユーロディズニーランド」と、6つのホテルとキャンプ場などの各種リゾート施設。今秋には18ホールのゴルフ場がオープンし、これらを併せた面積は600万㎡となる。第1期計画分の総投資額は220億フラン（約5300億円）。

今後、2つめのテーマパーク「MGMスタジオ・ヨーロッパ」等を建設、パリ市の5分の1の面積に当たる1943万㎡まで増殖、開発が進められる。全てが完成するのは2017年だ。

『仏政府がバックアップ』

ディズニーのフランス進出が正式に決定したのは1987年3月。米国ウォルト・ディズニー社と仏政府の間で15カ月間のミーティングが行なわれ、調印に至った。

欧州進出は1980年代初頭に活発化。具体的にいくつかの候補地が挙がり、最終的に、温暖な気候を持ち、雨の少ないスペイン・バルセロナか、世界都市パリを控えたフランス・マルヌ・ラ・バレ地区かを選択することになった。フランスに決定した要因は、一大観光都市であるパリに近いのはもちろんのこと、仏政府が交通アクセスをはじめとするインフラ整備を約束したことが大きい。政府、地方自治体のインフラ整備に要する直接投資額は「30億フランに上る」（日経産業新聞）。

「ユーロディズニー・リゾート」への交通アクセスは、車なら高速A4号線でパリ市内から30〜40分。RER（パリ高速地下鉄）A1線もメインゲート近くまで乗り入れており、交通の便はかなり良い。更に、1981年にパリ・リヨン間で運転を開始、現在も路線拡張が行われている、仏高速鉄道TGVの計画が修正され、英・ロンドンからの乗り入れも決定した。1994年開通予定で、ロンドンとメインゲート前を3時間で結ぶ。また、ユーロディズニーの建設用地はフランスの土地開発公団が造成工事を終えたのち、ディズニーに売却されており、ディズニーにとっては、まさにいたれりつくせり。

ディズニーにとって有利な条件はまだまだありそうだ。というのも、ユーロディズニーランド内のレストランは「全て直営」（同パーク特別受付、ミス・レオンティン）となっているが、契約条件の1つに「周辺20㎞以内にレストランを建設しないという項目がある」からだ。契約先は明言されなかったものの、マルヌ・ラ・バレ県が含まれている様子。仏政府がその中に含まれている可能性もありそうだ。

このようにフランスのディズニーへの肩入れは相当のものであり、ディズニーの及ぼす経済波及効果の大きさ、その期待の程が伺い知れる。

『当面は米国ディズニー本社が経営・運営指導』

米国ディズニーの海外進出はTDL（東京ディズニーランド）に次いで2番目。TDLの場合、ディズニーとはまったく別の企業が経営を担当し、ウォルト・ディズニー社へロイヤリティを支払うという運営形態が取られている。しかし、ユーロディズニーについては、ディズニーが現地でパートナーを募って設立した「ユーロディズニーS．C．A．」（株式会社、株主等は非公開）が経営を担当、ディズニー本社が経営にタッチする。

ユーロディズニー社の経営陣である理事会の構成は、詳細は不明だが、アメリカ30％・ヨーロッパ70％（EC諸国及びスカンジナビア。オランダやドイツが多い）。将来的にはアメリカ10％、ヨーロッパ90％とする構えで、30％の内どれだけがディズニー本社かわからないというものの、当面は同社が経営・運営指導など陣頭指揮を取り、経営が軌道に乗れば、その支配力を緩めていくと思われ

る。

尚、現在までの経営及び施設建設資本は「ウォルト・ディズニー社が49%を出資、残り51%は株式発行(パリ、ロンドン等で公開)による」とのこと。

『欧州を意識した施設作り』

ユーロディズニー・リゾートは、テーマパークとリゾートゾーンで構成された複合リゾートだ。ディズニーでは、米国・フロリダの「ディズニーワールド」にて同様のリゾート展開を行なっており、そのノウハウを導入していると考えられる。

滞在型リゾートは1人当りの消費単価が増えるため収益性が良い。テーマパークを目玉に消費力の高いリゾート展開を推進していくというわけだが、フランスに複合リゾートを持ってきたところにディズニーの〝うまさ〟が感じられる。イタリア等欧州のバカンス期間は長期に渡り、滞在型レジャーを楽しむ習慣が構築されているからだ。一方で、観光都市パリを控えているため、世界各国からの集客もある程度見込める。

ユーロディズニーの主な商圏はフランス及びEC諸国。当初、フランスからの集客が半数を占めると予想されていたが、いまのところその予想を下回っているらしい。ディズニー進出に対し、フランス国内では、米国文化の進入、文化の植民地化などという批判の声が挙がっており、その批判の声が反映された結果とも考えられる。開園前にはRERがストライキに入るという一幕もあった。

テーマパークには文化侵略批判を意識した跡がうかがえ、欧州を意識したつくりとなっている。海外進出第1弾のTDLは、米国ディズニーランドをそのまま模倣したという印象が強いが、同パークは、施設内容はほとんど同じであるものの、欧州を意識したことによりヨーロッパテイストのディズニーランドに仕上がっている。

こうした工夫が見られるのは、まず、園を象徴するお城のデザイン。米国ディズニーランドにある「眠れる森の美女の城」と全く異なり、ファンタジー色を強めている。「カリブの海賊」のあるアドベンチャーランドには、中近東風(欧州、特にスペイン等はアラブ文化の影響を受けている)のバザールがあるなど、同ゾーンはアラビア色が強い。ディスカバリーランドのアーム回転式乗物のデザイン等、同ゾーンはフランスの小説家ジュール・ベルヌやレオナルド・ダ・ビンチの空想世界をモチーフにまとめられ、サークルビジョンではフランス、ヨーロッパ文化を紹介、ホスト役でもジュール・ベルヌが登場する。パーク内建屋は、ややくすんだというか、落ち着いた色調を使っているものが多く、「ヨーロッパのディズニーとしての印象を与えるべく少し変化を加えてある」(ミス・レオンティン)。また、キャラクターの顔も「基本的には同じだが、一部を改良している」。

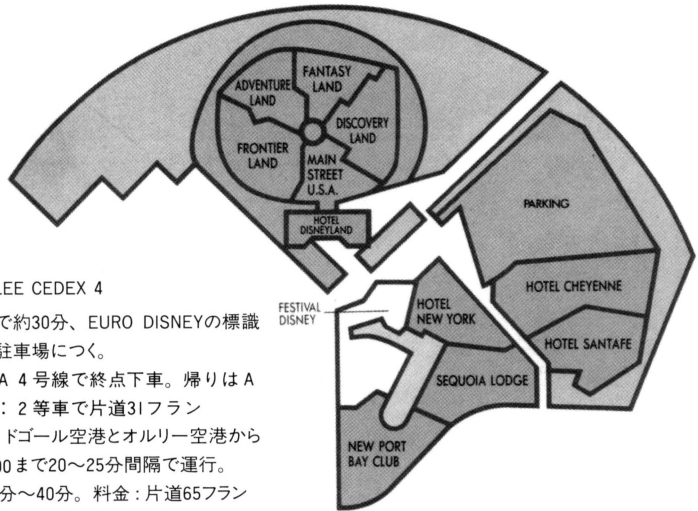
ユーロディズニー・リゾート全体の従業員数は、アルバイト、パートを含め、約1万2000人。フランス、イギリス、オランダ、デンマーク等、欧州各地に採用事務所があって、事務所単位で採用している。採用者は別の場所にある研修センターで基本研修を1日受け、その後最低2日以上の専門的な研修を受講、現場に派遣される。希望により別の部署に移ることも可能だ。従業員の大半はフランス人で、他国ではオランダ人が比較的多い。

同所での公式用語はフランス語と英語が基本。しかし、ゲストは欧州各地から訪れる。4カ国語程度を話せる人が多いオランダ人は、スタッフとして「重宝する」のである。言葉の問題は重要なポイントであり、ユーロディズニーランドには、2つの国旗を組み合わせたデザインのバッジをつけたスタッフが設けられている。彼らはバッジに描かれている2カ国語をフランス語の他に話せるというスタッフなのだ。

『初年度1100万人を集客』

同所の年間予想入場者数は1100万人。これまでの入場者数は明らかにされていないが、「目標達成は可能」との見通し。ちなみに現段階ではイタリア、スペインからのゲストが多く、地元フランスからの集客が今後の課題として挙げられる。また、パーク内一部のアトラクションに不備(周遊列車のコースの演出が足りない等)が感じられ、こちらの整備も当面の課題のひとつとなりそうだ。

何はともあれ、ユーロディズニー・リゾートが完成するのは20数年後。1995年に「MGMスタジオ・ヨーロッパ」がオープンし、今秋にはゴルフ場(18H、最終的に27Hに)がオープン。同所は年月と共に地元フランスに定着していき、全てが完成する頃には、欧州の一大リゾート拠点となることが予想される。

▲ユーロディズニーランドのメインゲート。上部はリゾート内で最も高級なホテル「ディズニーランドホテル」になっている。宿泊料はスイートで1泊4050フラン(約10万1250円)以上。

■住所／BP 100,F-77777 MARNE LA VALLEE CEDEX 4

■交通アクセス　自動車／高速Ａ４号線で約30分、EURO DISNEYの標識で一般道路へ。数分で駐車場につく。
ＲＥＲ／パリ市内からＡ４号線で終点下車。帰りはＡ１号線で市内へ。料金：２等車で片道31フラン
シャトルバス／シャルル・ドゴール空港とオルリー空港から発着。共に８:00～18:00まで20～25分間隔で運行。
所要時間はいずれも30分～40分。料金：片道65フラン

ADVENTURE LAND
FANTASY LAND
DISCOVERY LAND
FRONTIER LAND
MAIN STREET U.S.A.
HOTEL DISNEYLAND
PARKING
HOTEL CHEYENNE
FESTIVAL DISNEY
HOTEL NEW YORK
HOTEL SANTAFE
SEQUOIA LODGE
NEW PORT BAY CLUB

■ユーロディズニーランドパスポート

種　類	大　人	子　供
１日券	225フラン	150フラン
２日券	425フラン	285フラン
３日券	565フラン	375フラン

●子供：3－11歳　●２歳以下は無料

■駐車場（駐車台数：1100台）

	乗用車	バ　ス	二輪車
駐車料金	30フラン	50フラン	20フラン

●駐車場とパークのメインゲートまでは離れており、近くまで動く歩道で移動。

■営業日/年中無休

■パーク営業時間（変更あり）

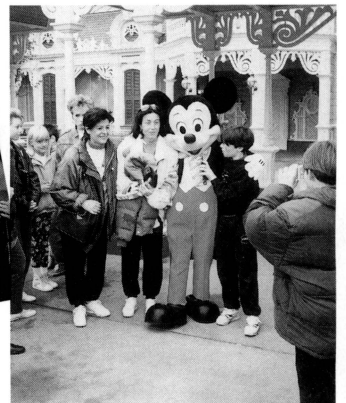
4/12～4/19	9：00～19：00	●週末 9：00～24：00
4/20～5/10	9：00～24：00	
5/11～5/27	9：00～19：00	●週末 9：00～24：00
5/28～6/18	9：00～21：00	
6/19～9/6	9：00～24：00	
9/7～10/23	9：00～19：00	●週末 9：00～21：00
10/24～11/1	9：00～24：00	
11/2～12/18	10：00～18：00	●週末 10：00～19：00
12/19～1/3	10：00～22：00	●祭日 10：00～24：00
1/4～4/2	10：00～18：00	

メインストリート・USA

―19世紀アメリカの町並みを再現―

Euro DISNEYLAND®

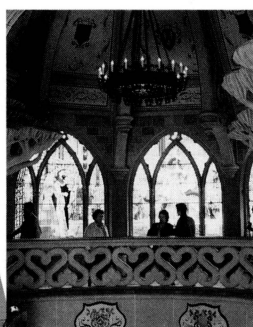
▲スーベニアショップ等が並ぶストリート。ＴＤＬでいうワールドバザールだが、巨大なモールがなく開放的。パリの気候は東京と似ているそうで冬季でも雪は少ないそうだ。

MAIN STREET, U.S.A.

◀周遊列車。園の裏の林をただ走るだけという部分もあり、もうひと工夫必要か。

主要アトラクション等	備　　考
ユーロ　ディズニーランド　レールロード	○パーク内を１周する周遊列車。同ゾーンの他、フロンティアランド、ファンタジーランドにプラットホームがあり、自由に乗り降りできる。
メインストリート　ビークルズ	○オールドファッションなワゴン、２階建てバス、クラシックカー、消防車による輸送観覧施設。タウンスクエア（コダック社によるフォトショップ）前と「眠れる森の美女の城」の前にあるセントラルプラザを結ぶ。ユーロプカー社がスポンサード。
馬車式ストリートカー	○同上コースに敷かれたレールの上を走行する。
リバティーアーケード等	○物販施設の裏手にあるアーケード。フランスからアメリカに贈られた「自由の女神」建設の模様を写真などで展示。２カ国間の友好度をアピール。
メインストリート　モータース	○1890年代のクラシックカー等を展示。エッソ社がスポンサード。

●ゾーン内に物販店舗14、飲食店舗10があり、コダック社、ネッスル社、コカ・コーラ社がスポンサーとして参画している店舗が含まれる。

ファンタジーランド

―最もディズニーらしいテーマゾーン―

▶園のシンボル
「眠れる森の美女の城」

▶「イッツ・ア・スモール・ワールド」。屋外にあるプラットホームから乗り込む。内部はかなりゆったりしたつくりだ。ポストショーとして、世界各国の建物を模したコーナーがある。

▶「カルーセル」。

▶「空飛ぶダンボ」。

▶迷路施設「アリスの奇妙な迷宮」。ユーロディズニーランドにしかない施設だ。

◀「ディズニー・フェスティバル・ステージ」。１日３～５回のキャラクターショー等を上演。

主要アトラクション等	備　　考
眠れる森の美女の城	○パークのシンボル。階下の洞窟にオーディオアニマトロニクスのドラゴン、2階にステンドグラス等で物語を描いた回廊がある。スーベニアショップが内部に点在。隣にイベントステージがあり、「眠れる森の美女」のショーが行われる。
白雪姫と7人のこびと	○物語を再現したダークライド。
ピノキオの冒険旅行	○物語を再現したダークライド
ランセロットのカルーセル	○86頭の馬からなるメリーゴーランド
ピーターパン・空の旅	○懸垂式搬器によるダークライド。
空飛ぶダンボ	○2人乗りゾウ型搬器のアーム回転式乗り物。回転塔のデザインが機械仕掛け風でユニーク。
マッド・ハッターのティーカップ	○不思議の国のアリスに出て来るキャラクターがモチーフ。
アリスの奇妙な迷宮	○欧州式庭園で見られる植栽で作られた迷路。コーナーにキャラクターの造形物等がある。また、出口付近にはトランプの女王のお城もある。
イッツ・ア・スモール・ワールド	○ボート型ダークライド。屋外に乗り場がある。フランス・テレコム社がスポンサード。
ファンタジー・フェスティバル・ステージ	○キャラクターショーなどが行われる屋根付き屋外ステージ。

●ゾーン内に物販店舗7、飲食店舗7があり、飲食店舗にビッテル社、ネッスル社、ブリトーニ社、シャンバーシー社がスポンサーとして参画。

アドベンチャーランド

▲「スイスファミリー・ツリー・ハウス」。

▲アラビアっぽいアドベンチャーランドのゾーン入口。中近東風の市場アドベンチャーバザールとして使われている。ゾーン奥は南洋風のつくり。

▲「冒険島」付近にある海賊船。飲食施設になっている。

▲「カリブの海賊」の前で行なっていた大道芸人のライブ。園内のいたるところでこうしたショーが行なわれている。

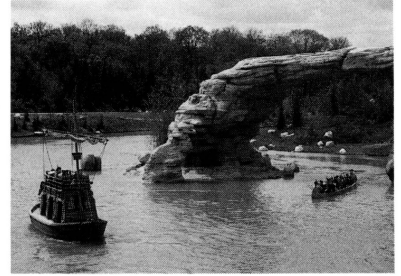
主要アトラクション	備　　考
冒険島	○ピーターパンに出て来るどくろ島の洞穴を探険。ウォークスルータイプ。
スイスファミリー・ツリー・ハウス	○樹上の家。「スイスのロビンソン一家」が無人島で暮らした時の様子を再現。ウォークスルー。
カリブの海賊	○水路を走るダークライド。

●ゾーン内にアドベンチャーランド・バザール等物販施設3がある。上記2アトラクションはつり橋でつながっている。

フロンティアランド

―西部開拓時代がテーマ―

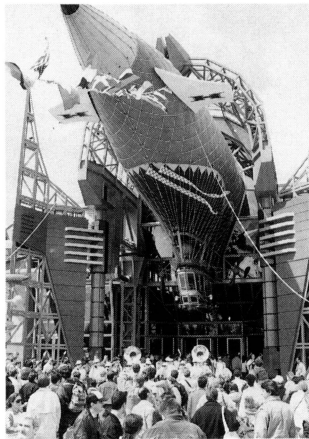
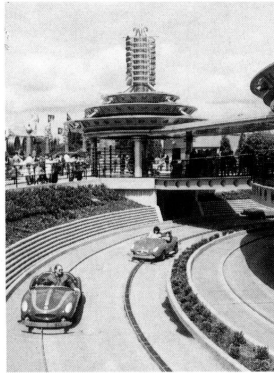
▲「ビッグ・サンダー・マウンテン」。湖上にある岩山のコースを疾走する。乗場は湖岸にあり、地下を通って岩山に出てくる。

▲「蒸気船マークトゥエイン号」。奥の建屋は「ファントムマナー」。

▲各種クルージングが楽しめる。

主要アトラクション等	備　　考
サンダー　メサ　リバーボートランディング	○蒸気船マークトゥエイン号。湖状の河を１周する。
リバーログ　キールボート	○平底船で河を１周する。日中のみ運営。
インディアンカヌー	○スタッフと一緒にカヌーに乗り、河を１周する。日中のみ運営。
ファントムマナー	○ホーンテッドマンション。３人乗り搬器で幽霊屋敷内を巡るダークライド。
ビッグ・サンダー・マウンテン	○機関車型車両による造形コースター。１編成につき定員30人。
シューティングギャラリー	○光線銃を使った射的ゲーム。コインオペ。
コットンウッド・クリーク・ランチ／クリッター・コーラル	○西部開拓時代の様子を再現した入り江。小動物と遊ぶこともできる（日中のみ運営）。

●ゾーン内に物販店舗３、飲食店舗５がある。飲食店舗「ラッキー・ナゲット・サルーン」では、レビューも楽しめる。

ディスカバリーランド

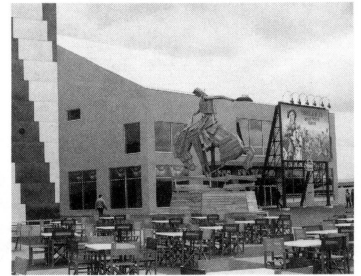
―ジュール・ベルヌやダ・ビンチの空想世界―

◀レオナルド・ダ・ビンチが考案した飛行船を元にデザインされた「ビデオポリス」。

▲「オートピア」。入口に記念撮影用の車両がある。また、他の人が走っている様子を観覧できるスペースも設けられている。

▲「ビデオポリス」と「オービトロン」

主要アトラクション等	備　　考
オービトロン	○前後２人乗り搬器によるアーム回転式乗り物。ジュール・ベルヌの小説に出て来るような、その昔考えられていた未来派タッチのデザインが特色。ＢＮＰ社がスポンサード。
オートピア	○軌道走行式ゴーカート。マッテル社がスポンサード。
スター・ツアーズ	○映像シミュレーション施設。ＩＢＭ社がスポンサード。
シネ・マジック（キャプテンＥＯ）	○マイケルジャクソンが冒険を繰り広げる３Ｄシアター。コダック社がスポンサード。
ビジョナリウム	○サークルビジョン。未来のパリやヨーロッパをジュール・ベルヌがタイムマシンで冒険。途中、フランスの有名俳優ジェラール・ドパルリューが登場。ルノー社がスポンサード。
ビデオポリス	○フィリップス社がスポンサード。コカ・コーラ社による飲食店や大ステージ、フィリップス社の企業ビデオを流すコーナーがある。ステージでは、各ショーの他、上部マルチモニターにてミュージックビデオを上映する。建物は、レオナルド・ダ・ビンチが空想した飛行船をモチーフにデザインされている。

●ゾーン内に飲食施設２、物販施設２がある。

リゾートゾーン

▶フェスティバル・ディズニー。

その他の施設

フェスティバル ディズニー	アメリカンスタイルの飲食・物販施設等が集まっているゾーン。パーク外にあり、ゾーンへの入場はフリー。大方の店舗は深夜まで営業しており、ホテル利用者の「夜の繁華街」として機能する。レストラン6、ウエスタンミュージックのクラブ1、ディスコ1、ゲームアーケードの他、インディアンやカウボーイが馬に乗りスペクタクルショーを繰り広げる円形劇場(1050人収容、17時30分、20時30分の1日2回上演、入場料は食事付きで大人300フラン、子供200フラン)がある。郵便局、観光案内センター、医療施設、託児所も付帯。人工湖に面しており、貸しボートもレンタル。
レイク ブエナ・ビスタ	人工湖。貸しボート等を楽しめる。マリンリゾート感覚演出の小道具となっている。
コンベンション センター	ホテル・ニューヨークに隣接している会議場。グランドホール(1600㎡)には2000人、その他小ホール(900㎡)には520人を収容。
ゴルフ場	今秋オープン。18ホール(最終的には27ホールになる)。

キャンプ場	使用料	備　考
キャンプ・デイビー クロケット	キャビン：875フラン(ピーク) 725フラン(ミッド) 575フラン(オフ) テント：270フラン(通年)	キッチン設備のあるキャビン414、テント設備181を完備。食料品ショップやコインランドリー及びシャワー等のあるコンフォートステーション、サイクリングコース、ジョギングコース、子供向けポニー乗馬、セルフサービスレストラン、バーを付帯。

●使用料金の各シーズンは、ホテルと同様。

▶(写真左)ニューポート・ベイクラブ。
▶(写真右)ホテルニューヨーク。

ホテル名	宿泊料/1泊	特　徴
ディズニーランド ホテル (客室数/500室)	1950フラン以上　スイート・4050フラン以上(ピークシーズン) 1600フラン以上　スイート・3350フラン以上(ミッドシーズン) 1300フラン以上　スイート・2700フラン以上(オフシーズン)	パークのメインゲートを兼ねるデラックスなホテル。アスレチックジムやクア施設の整ったヘルスクラブ、屋内温水プール、飲食施設4、物販施設1、ゲームコーナー1を付帯。外出中に宿泊の部屋で子供を預かるベビーシッターサービス、RERの駅から荷物をホテルまで運んでくれるポーターサービスあり。
ホテル ニューヨーク (客室数/574室)	1600フラン以上　スイート・2400フラン以上(ピークシーズン) 1350フラン以上　スイート・2000フラン以上(ミッドシーズン) 1100フラン以上　スイート・1600フラン以上(オフシーズン)	リゾート内で最も高層の9階建て。噴水池を隣接し、冬はスケートリンクとして機能する。コンベンションセンターにも隣接。ヘルスクラブ、屋外・屋内温水プール、ナイター可能なテニスコート2面、美容室、飲食施設1、ゲームコーナー1を付帯。ベビーシッターサービスあり。
ニューポート ベイ　クラブ (客室数/1098室)	1100フラン以上　スイート・1700フラン以上(ピークシーズン) 950フラン以上　スイート・1400フラン以上(ミッドシーズン) 750フラン以上　スイート・1150フラン以上(オフシーズン)	人工湖のほとりに面し、英国のマリンリゾートやフィッシャーマンズワーフ風に演出。ヘルスクラブ、屋内プール・サンデッキ付き屋外プール、クリケット・フィールド、子供広場、ミーティングルーム4、飲食施設3、物販施設1、ゲームコーナー1を付帯。ベビーシッターサービスあり。
セコイアロッジ (客室数/1011室)	1100フラン以上　スイート・1700フラン以上(ピークシーズン) 950フラン以上　スイート・1400フラン以上(ミッドシーズン) 750フラン以上　スイート・1150フラン以上(オフシーズン)	木製ロッジ。米国の国立公園風に演出。ヘルスクラブ、滝のある屋外プール、子供広場、飲食施設3、物販施設1、ゲームコーナー1を付帯。ベビーシッターサービスあり。

ホテルシャイアン (客室数/1000室)	750フラン(ピーク) 650フラン(ミッド) 550フラン(オフ)	西部の町を再現。インディアン村や碧のある遊び場、飲食施設2、物販施設1、ゲームコーナー1を付帯。
ホテルサンタフェ (客室数/1000室)	750フラン(ピーク) 650フラン(ミッド) 550フラン(オフ)	ニューメキシコ風。子供広場、飲食施設1、ゲームコーナー1を付帯。

●ピークシーズン：4月12日～10月31日及び12月18日～1月2日
　ミッドシーズン：11月1日～3月31日の金・土曜日の宿泊
　オフシーズン　：11月1日～3月31日の金・土曜日以外
●宿泊者には、ユーロディズニーランドのパスポートが渡される。また、希望者には、ユーロディズニー・リゾート内の支払いをカードで行える(チェックアウト時に清算)パーソナルカードを提供。
●リゾート内を移動できる無料シャトルバスが10分間隔でホテル前から出発。
●ホテル内等のゲームコーナーは㈱セガ・エンタープライゼスが買収したW・D・K社(中山隼雄社長、本社パリ)が運営。施設規模は合計で約800㎡。

namco

ビデオ+ジオラマ合成画面システム第2弾!!

BUBBLE TROUBLE™

ゴーリーゴーストⅡ　バブルトラブル

全5シーン構成! 銃は連射可能!

バブルトラブルの特長

- ビデオとジオラマの合成画面により、プレイヤーに不思議な感覚とインパクトを与えます。
- 二人協力・競争プレイで女性客やカップルも思わず熱中してしまうゲームです。
- ゴーリーゴーストに比べ登場するキャラクターの数も増え、拡大・縮小機能により、動きも多彩で奥行きある迫力画面がプレイヤーに強くアピールします。

海底に住みついた、いたずらゴーストたちを退治せよ!!

あらゆるところから出現するゴーストたち。

すばやく、ゴーストたちを退治していけば、シーンのラストでボスにお目にかかれる。

仕様
- 寸法：W780×D1,220×H1,920(mm)
- 重量：220kg
- 消費電力：240W

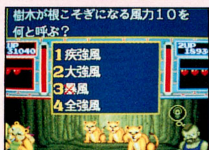
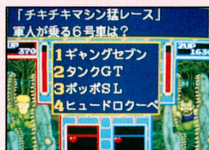
〒95-3423

二人同時プレイ可能

爆裂クイズ 魔Q(キュー)大冒険™

全10,000問の大冒険!! 1問1倒のノルマ制だ。

樹木が根こそぎになる風力10を何と呼ぶ?
1 疾強風
2 大強風
3 ?風
4 全強風

「チキチキマシン猛レース」軍人が乗る6号車は?
1 ギャングセブン
2 タンクGT
3 ポッポSL
4 ヒュードロクーペ

1問正解すると敵を1人倒せる。ぐずぐずしてると食べられてしまうぞ。

ボーナスクイズでランクアップ!

結果に応じてお得なボーナスがもらえるぞ!!

1 十円玉
2 百円玉
3 五百円玉
4 一円玉

〈絵あてクイズ〉
何が描いてあるのか当てるんだ。

ステージ 5
○×タイムトライアル

〈タイムトライアル〉
60秒でいくつ答えられるか!?

運命の分かれ道、コースの分岐点だ!!

進路を選んでください

ジャンル、3択コース、計算クイズコーナーを選択できる。どっちが得か、よ〜く考えてみよう。

「遊び」をクリエイトする――
株式会社 ナムコ

本　社　〒146 東京都大田区矢口2-1-21　TEL 03(3756)2311(大代)
販売部(東京) 〒146 東京都大田区多摩川2-8-5　TEL 03(3756)2311(大代)
(大阪) 〒564 大阪府吹田市江の木町20-10　TEL 06(338)3511(代)
(名古屋) 〒461 愛知県名古屋市東区泉2-24-27　TEL 052(933)6305(代)
(福岡) 〒812 福岡県福岡市博多区上牟田2-12-24　TEL 092(474)5605(代)

※仕様は予告なく変更することがありますので、予めご了承下さい。

楽しさそのままSD(スタンダード)タイプ

Coca-Cola Suzuka 8 hours

namco

コカ・コーラ スズカ エイトアワーズ

夏をより熱くする!!

鈴鹿の夏は燃えている。

真夏の祭典は、数々の興奮とドラマに満ちあふれている。	コーナーでの駆け引きがレースの醍醐味である。	強気の攻めが裏目に出る時もある。	勝負は、最後の最後までわからない。

ニューバージョン(複数コース)開発決定!!

仕様 ●寸法：W2,010×D1,860×H1,370(mm) ●重量：300kg
●消費電力：290W 〒95-3423 筐体3分割可能

定番 日本一の野球ゲーム。

SUPER ワールドスタジアム '92™

システムII 第14弾!!

新 12球団名と選手名がすべて実名になりました。

千葉ロッテ 監督：八木沢 1991年度成績 48勝77敗5分 [パ・6位] VS 阪神 監督：中村 1991年度成績 48勝82敗 [セ・6位]

ずらり揃った12球団

※球団名ならびに選手名は(社)日本野球機構の同意を得ています。

新 DH制の導入と代走ができるようになりました。

DH

DHは重要な役割を背負っている。

見事!!責任を果たした。

代走

より戦略的な野球が楽しめる。

しまった!バッテリーに裏をかかれた。

「遊び」をクリエイトする 株式会社ナムコ

本　社 〒146 東京都大田区矢口2-1-21 TEL 03(3756)2311(大代)
販売部(東京) 〒146 東京都大田区多摩川2-8-5 TEL 03(3756)2311(大代)
(大阪) 〒564 大阪府吹田市江の木町20-10 TEL 06(338)3511(代)
(名古屋) 〒461 愛知県名古屋市東区泉2-24-27 TEL 052(933)6305(代)
(福岡) 〒812 福岡県福岡市博多区上牟田2-12-24 TEL 092(474)5605(代)

※仕様は予告なく変更することがありますので、予めご了承下さい。

アミューズメント産業

1992年　7月号

目次

表紙のことば●真鍋博

トンボの羽や目玉の透明感が、空に清々しい。ビルの屋上のヘリポートにも、赤いヘリが止っている。夏の暑さをしのぐには、何よりもインスピレーション。透明感のある世界に身をおいて、いや、おいたとして、スカッと七月。

楽しい魚族！

お尻がエッチ！

祭りだワッショイ！
5種100個 ￥25,000

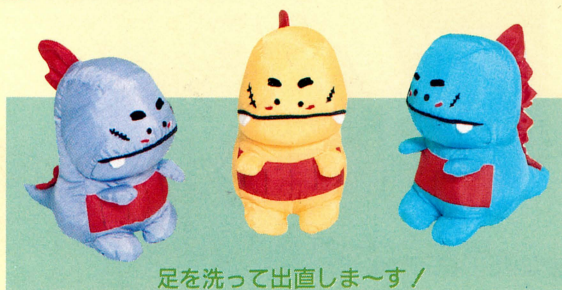
赤フンシリーズ
5種100個 ￥29,500
（おみくじ付）

景品は感謝の気持です。

良品印

SYSTEM SERVICE

ピエロアニマル
10種100個 ￥28,000

やっちゃんザウルス
5色100個 ￥30,000

足を洗って出直しま〜す！

アニマル10
10種100個 ￥27,000

ペンちゃん
5色100個
￥30,000

★25ページもご覧ください★

ワーニーズ
6色60個

ぼくライオン
5色70個

※サマーバージョンはトロピカルカラーになります。

●バンプレスト景品の取り扱い店

SYSTEM SERVICE
システムサービス株式会社
〒173 東京都板橋区大山金井町36-10
シャトーフレンズ1F
TEL 03-3956-3181
FAX 03-3956-3699

JALECO

PONY 40™

**小さくても大きい
あらゆる店舗にフィット。**

1. 40インチモニターでも場所を取らないコンパクトサイズ。
2. 人間工学に基づいたモニターとオペレーション部一体型の1ピース設計で、楽な操作性と画面視線を実現。(運搬時は分離可能)
3. プロジェクタースクリーン全面保護カバーで、いたずら防止設計。

外形寸法
(H)1,725×(W)1,080×(D)2,120
重量：約160kg　消費電力：330W

ARM CHAMPS II™

**いつでもチャレンジ待ってるぜ！
パワーアップしたアームチャンプスII。**

1. モーター駆動方式で、腕相撲途中のパワーパターンが変化。おもしろさがパワーアップ！
2. 対戦相手を5人から9人に増やし、超リアル画面に音声合成をプラスして、迫力をアップ！
3. 肘のクッション部にはタッチセンサーを内蔵し、安全面にも一層の配慮をしました。

外形寸法：(H)1,960×(W)790×(D)1,150
重量：約200kg　消費電力：350W

B.O.T.S.S.
Battle Of The Solar System

**今流行りの3D画面、
戦争シミュレーションゲーム！**

1. 科学的未来を想定した宇宙戦争の3D画面。
2. 自機ロボットに乗り、ミサイルやプラズマを使って敵ロボットを倒すロボット戦争シミュレーションゲーム。
3. アメリカ・ヨーロッパで驚異的インカムを実現。

外形寸法：(H)1,830×(W)880×(D)1,580
重量：約200kg　消費電力：200W

PONY CHANGER II™

**どんな店にもおしゃれにマッチ
するポニーチェンジャーII。**

1. アミューズメント以外にも幅広く対応した、明るく斬新なデザイン。
2. コインセレクターを電子セレクターに変更し、より信頼性の向上を計りました。
3. ソフトプログラム変更で、メダル払い出し設定の多様化を実現！
4. メダル貸&両替機のJCS-11、メダル貸機のJCS-12、両賛機のJCS-13の3タイプ。

外形寸法：(H)1,570×(W)570×(D)420(455MAX)
重量：約195kg　消費電力：待期時45W　作動時300W以下

ヒーおばあちゃん & ポリンキーファミリー

かわいいぬいぐるみ達も新登場！

7月発売予定

Mini Hunting

Wonder - Hunting II

デザインも新しくなって一層キュートに新登場!!

Arabian Nights™

**女性に人気。ジャックポット付
6人用プッシャーゲーム。**

1. アリババと40人の盗賊を題材にした、コミカルで楽しい6人用プッシャーゲーム。
2. ポイントゲートに入るとデジタルが表示され、ジャックポットが受けるとデジタル表示の数が決定し、払い出されるデジタルジャックポット機能付。

外形寸法：(H)2,085×(W)2,090×(D)1,000
重量：約450kg　消費電力：600W

※改良のため仕様、デザインを予告なく変更することがあります。当社の製品価格には、消費税は含まれておりません。

株式会社ジャレコ
(本社) 〒158 東京都世田谷区用賀2-19-7 ☎03-3708-4811(大代表) 03-3708-4810(販売一部代表)
(大阪) 〒564 大阪府吹田市垂水町3-18-33 ☎06-385-5100(代表)
(福岡) 〒812 福岡市博多区東比恵3-11-18水巻第1ビル ☎092(482)6811(代表)
(サービスセンター) 〒158 東京都世田谷区上用賀5-24-9 ☎03-3420-2271(代表)

AMUSEMENT

オープン

TOPICS

ナムコ、プラボ相模大野店をオープン

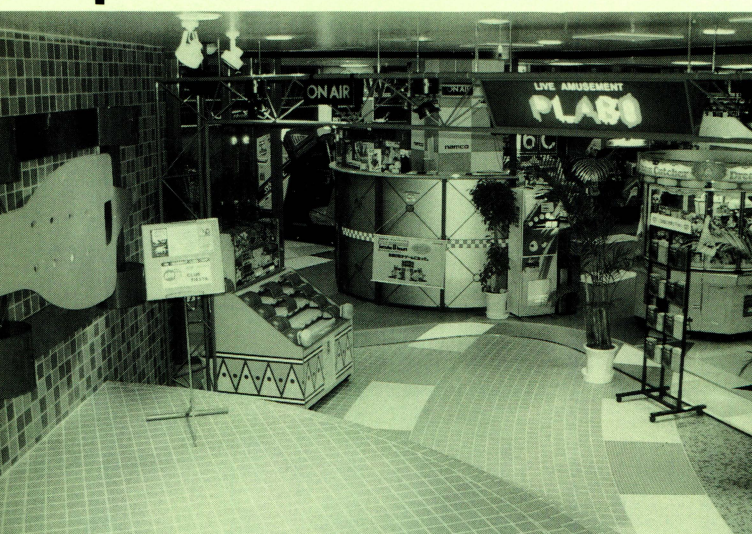
●DJを通して利用客とのコミュニケーション強化

㈱ナムコ（中村雅哉社長、本社東京）は4月25日、神奈川県相模原市の小田急線相模大野駅前にDJ（ディスクジョッキー）が入るユニークなロケ、ライブ・アミューズメント「プラボ相模大野店」をオープンした。総投資額は約6億円と、ナムコが通常同ロケ程度の規模（営業面積約500㎡）にかける費用の倍額で、同社の同ロケに対する力の入れようが窺われる。

同ロケのある相模大野駅近辺は新宿のベッドタウン的存在（新宿駅から急行で約35分）で、発展途上の街。今秋、駅前に岡田屋モアーズ（デパート）がオープンする他、伊勢丹も別館の建設計画を持っており、2年後には駅ビルもできるという。また、北里大学や相模女子大学など大学の多い街でもあり、このようなことを考慮して同社は相模大野での出店を決定した。

同ロケは、相模大野駅から伊勢丹へ向かう商店街の中ほどにあるファッションビルの地下1階にオープンした。ちなみに同じ通りの30mほど駅寄りのところには、「プレイシティキャロット相模大野店」という同社ロケ（平成2年8月オープン）もある。

地下の階段を降りていくと、明るい色調の同ロケ入口が見えてくる。踊り場の壁にはレーシングカーのオブジェが飾られていることからもわかるように、同ロケの内装のコンセプトはF1サーキット。そのため、店内には世界各地のF1サーキットを象ったネオンライトやディスクブレーキのオブジェなど車に関係のある装飾が施されている。

同ロケはビデオ・体感・プライズコーナーとカジノコーナーの2

▲地下へ下りる階段の途中から見たプラボの入口。F1サーキットという内装コンセプトに基づき、壁にはレーシングカーのオブジェが飾られている。

▶プラボ入口にある様々なパンフレット。ロケの紹介からゲームの遊び方、リクエストカードまでそろっている。

▲8人同時プレイが楽しめるファイナルラップ2。マシンのモニター画面上部にはカメラが埋め込まれており、プレイヤーの表情を天井のモニターテレビに映し出すことができる。

▲明るい色調のプラボ店内。体感もの以外ではプライズマシンが多く置かれている。

つに大きく分けられ、営業面積は前者が約340㎡、後者が約160㎡。ビデオ・体感・プライズコーナーにはビデオゲーム37台（うち体感もの15台、ガンシューティングもの2台）、プライズマシン10台、一般アーケード機・その他11台が置かれているが、目玉は何といっても8台並んだファイナルラップ2DX。8人同時プレイが可能なこのマシンのモニター画面の上部にはカメラが埋め込まれており、プレイ中の客の表情をロケ内の天井に取り付けた計15台のモニターに映し出すことができるという工夫がなされている。また、店内3ヵ所に設置したカメラで、ファイナルラップに限らず各種ゲームを楽しんでいる客の姿をモニターに映し出すことも可能。

同ロケのもう1つの目玉は平日午後5時、日曜午後2時から行なっているDJだ。担当しているのはプロのDJと大学の放送研究会の面々で、米音楽誌ビルボードのトップ40の曲をかけたり、ゲームで盛り上がっている客たちの様子を実況したりする。特にファイナルラップの対戦実況は本物のF1レースさながらともっぱらの評判で、DJを通してロケと客の一体化、コミュニケーションの促進に一役買っている。

全部で34台のメダルゲームが置かれているカジノコーナーはビデオ・体感コーナーの音を遮断することによって、同じフロアにありながらビデオ・体感コーナーと一線を画しカジノコーナー独自の雰囲気作りを行なっている。客が落ち着いてプレイできるよう、BGMには静かな曲を使用。また、現在照明が明るすぎてマシンに反射し見にくいため、もう少し薄暗くして反射を抑え、客がプレイに集中できるようにする予定だ。

▶店内を見渡せる位置にある大きなサービスカウンター。裏側がDJブースとなっており、ファイナルラップの実況をはじめ、種々様々なDJで客と店のコミュニケーション促進を図っている。

人気ゲームはロイヤルアスコットと、プッシャーのショーレビュー。メダルゲームの遊び方をよく知らない人も多いため、同ロケでは各マスメダルゲームにそのゲームの遊び方を説明したパンフレットを置いている。メダルは1枚30円で営業しており、貸出しは300円（10枚）から行なっている。

同ロケでは客層のメインターゲットを大学生に絞っており、オープン前にはビジネス手帳にファイルできるようサイドにパンチ穴を開けたパンフレットを大学構内に置かせてもらったり、正門前で配布したりしたという。その甲斐あってか平日は昼過ぎから高校生と大

▶ロケの中にもう一つロケがあるような感じのカジノコーナー。落ち着いてプレイしてもらうため、他のコーナーとは完全に仕切られている。また、初心者の人のために、各マスメダルゲームには遊び方の書かれたパンフレットが置かれている。

学生が来はじめ、午後5時から7時までがピーク。7時以降は大学生以上のヤングアダルトが中心で、カップルや女性客の姿も目立ち、カジノコーナーに人気が集まるそうだ。女性客が全体の3割度を占め、家族連れは日曜・祭日でもほとんど見かけないという。

1日の入場者数は平日で400～450人、休日で600～700人。心配された「キャロット」との客の食い合いも、「キャロット」が店内に花をたくさん飾り、ファミリー層だけでなく女性客を

▲プラボと30mしか離れていないキャロットの店内。客の食い合いを避けるため、店内にたくさんの花を飾るなどして女性客を新規開拓。共存共栄に向けて幸先よいスタートを切った。

新規開拓したことから売上げも落ちず、大学生を主要客層とする同ロケとの共存共栄の道を開いたといえそうだ。

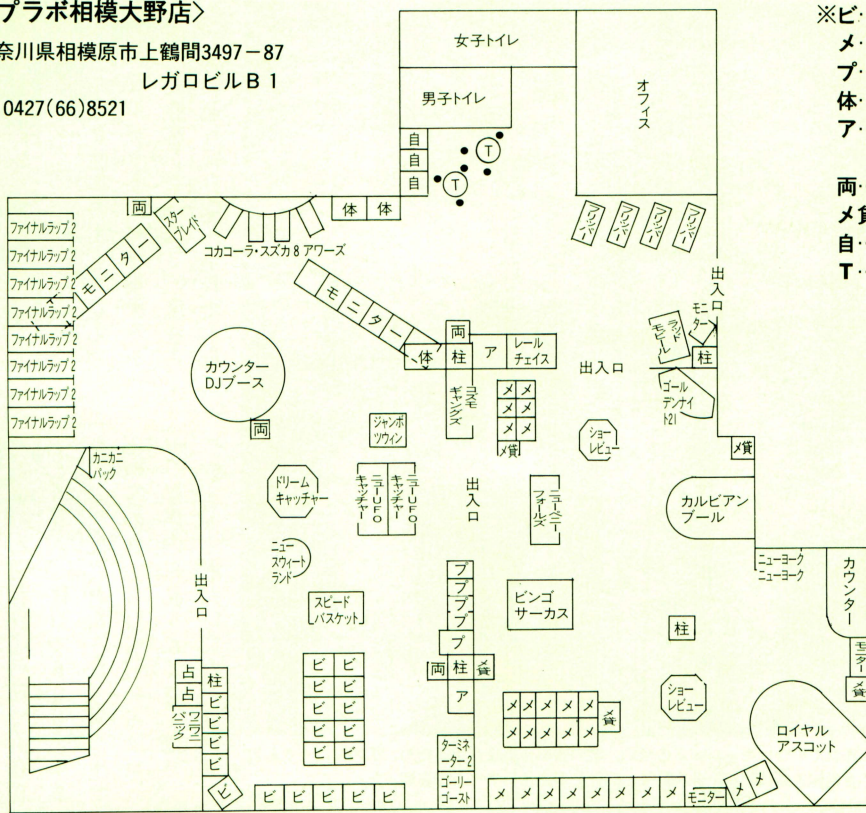
平均客単価は現在1000円程度だが、同ロケでは2000円位にまで引き上げたい意向。売上比率は体感ゲーム40％、メダルゲーム30％、プライズマシン20％、ビデオゲームと体感ものは安定しているが、メダルゲームはバラツキが激しいので安定化を図っていきたいという。月間売上目標額は2350万円。

同ロケでは「利用客と一体になって遊ぶ店」をコンセプトに店作りを進めており、聞ける範囲の顧客のわがままは極力聞いていく方針を貫いている。たとえば、クレーン機で遊んでいる客から、このぬいぐるみをもっと取りやすい位置に置いてくれ、といわれればその通りするという。

今後は体感ものにさらに力を入れて盛り上がるように工夫していく他、同ロケの入居しているビルが新築のファッションビルで、ビル全体のポールサイン以外出せず、同ロケの入口がわかりにくいことから、同ロケ独自のサインを出せるようビル・オーナーと交渉していくという。営業時間は午前10時から午後11時30分まで、年中無休。

▲同ロケのあるファッションビルのポールサイン。1番下に「PLABO」の文字が見えるが、このサイン以外は一切出せないため、同ロケの所在は非常にわかりにくい。現在、独自のサインを出せるよう、ビル・オーナーと交渉中。

<プラボ相模大野店>

神奈川県相模原市上鶴間3497－87
レガロビルＢ１
☎ 0427(66)8521

※ビ……ビデオゲーム
メ……メダルゲーム
プ……プライズマシン
体……体感もの
ア……一般アーケード機・その他
両……両替機
メ貸……メダル貸機
自……自動販売機
Ｔ……テーブル

タイトー、新宿に6階建てのゲームビルオープン

●レトロゲームのみを設置したゲームミュージアムを併設

㈱タイトー（長谷川桂祐社長、本社東京）は5月16日、新宿駅南口から徒歩約3分のところに6階建てのゲームビル「タイトー・イン・ゲームワールド」をオープンした。総営業面積は1485㎡。内外装費は計2億6000万円（機械費は除く）。新宿駅周辺の同社ロケとしては、新宿コマ劇場前広場に面した「タイトー・イン301・ゲームスタジアム」に次いで2店目。

同ロケのあるビルは茶色いブロック造りで、以前は1階が喫茶店、2・3階がビリヤード、4〜6階がビジネスホテルとして使用されていた。ビル上部には世界地図を模したカラフルな看板が掲げられ、入口上部には黄色地に赤と青の横型の文字で「GAME WORLD」と書かれている。

1階には入口が2ヵ所あり、入口の両脇にはまるで門柱のようにニューカプリチオが置かれている。さらに、片方の入口正面にはD³ボス、もう一方の入口正面にはムー

▲「タイトー・イン・ゲームワールド」の外観。赤、黄、青の原色を使った装飾が回りのビルに比べひときわ目立っている。

▲クレーン機が所狭しと立ち並ぶ1階「タイトー・プロモーション」。

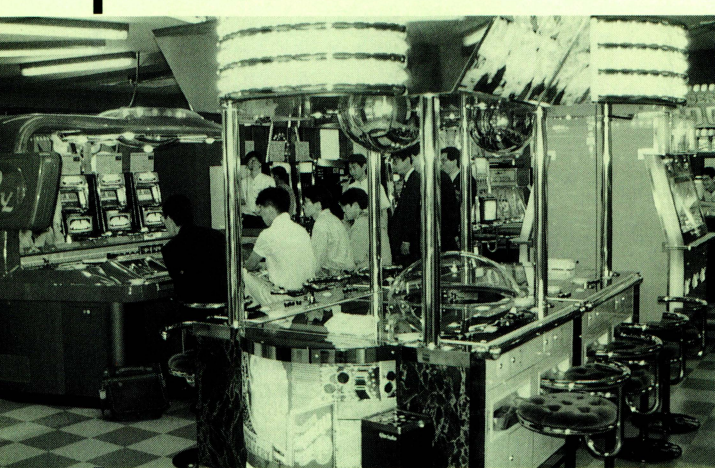
▲1階入口の両脇にクレーン機、正面にD³ボスと強力なアイキャッチャーをそろえた「タイトー・イン・ゲームワールド」。

ンキャッスルを設置するなどアイキャッチ効果の高いつくりになっている。ちなみにD³ボスは東京23区内の同社直営ロケで初の常設。

各フロアはゲーム機の種類別に構成されており、1階がD³ボスとクレーンゲーム中心のフロア、2、3階がメダルゲーム、4階がスポーツ要素の高いゲームのフロア、5階はビデオゲームと体感もの中心のコーナーで、6階はレトロゲームを体験できる「ゲームミュージアム」となっている。また、内装は「気軽に入れる店」という同ロケのコンセプトに基づき、シンプルなものになっており、各フロアそれぞれがイメージカラーで統一されている。

D³ボスとクレーンゲーム中心の1階は「タイトー・プロモーション」と呼ばれ、クレーン機18台、体感もの7台、一般アーケード機・その他6台、ガンシューティングもの2台が置かれている。やはりD³ボスが人気の的で、土・日には行列ができるほどだという。また、クレーン機が1フロアに18台ある姿も壮観で、明るく華やかな雰囲気を生み出している。1階のイメージカラーはブルーで、天井には青いカバーのついたけい光灯が取り付けられている。

2階「メダリスト・タイトー」と3階「カジノ・タイトー」はどちらもアダルトな雰囲気のメダルゲームコーナー。前者の機種構成はシングルメダルゲーム53台、マスメダルゲーム14台、占い機1台、後者はシングル57台、マスメダル18台、占い機2台とほぼ同じ。内装は2階が緑、3階が紫がかったグレーで統一されている。

人気ゲームはワールドダービー、エメラルドホールなどで、プッシャーゲームも根強い人気があるという。また、2・3階では午後5時以降、コーヒー・サービスも行なっている。メダルは1枚30円で営業。気軽に楽しんでもらおうという意図から、貸出しは300円から行なっている。

スポーツ要素の高い4階「スポーツ・タイトー」にはビデオゲーム37台（うちガンシューティングもの6台）、一般アーケード機・その他28台、プライズマシン2台が置かれている。イメージカラーは赤で、普通のけい光灯は一切なく縦

▲緑で統一された2階のメダルゲームコーナー「メダリスト・タイトー」。エメラルドホールとワールドダービーが人気機種。

▲3階「カジノ・タイトー」のカウンターで、コーヒーサービスの準備をするスタッフ。

型のライトのみの照明となっている。同フロアは他のフロアに比べ客の年齢層がやや高めで、客層としてはサラリーマンが多く、人気ゲームはパッティングチャレンジだという。

朱色がイメージカラーの5階「エキサイトメント・タイトー」はビデオゲームと体感ものを中心とするフロア。ここにはビデオゲーム84台（うち体感もの19台、ガンシューティングもの2台）、フリッパー5台、占い機3台が設置されている。体感ものはほとんどが通信機能搭載で、仲間と遊ぶのに最適。客の多い時にはすぐさまゲーム大会を開催、他人と競うことでより楽しんでもらっているという。また、エレベーターの正面には大型50インチ画面のビデオゲームタイトロビジョン50が3台並べられており、通信機能搭載の体感ものと人気を二分している。

6階はスペースインベーダーゲームとその前後のビデオゲームを中心に輸入物のレトロゲーム等も展示した「タイトー・ゲームミュージアム」。単なる展示ではなく、実際にプレイできる点が特徴で、ビデオゲーム14台（うちガンシューティングもの3台）、一般アーケード機・その他5台、フリッパー4台、クレーン機3台、ジュークボックス1台の計27台が設置されている。一番人気はやはりスペースインベーダーで、同フロアに来た人は必ずプレイしていくほどだという。

同フロアのイメージカラーは黄色で、壁にはゲームアミューズメント略年表が貼られている。壁際には椅子やテーブルが並べられ、懐かしいレトロゲームをゆっくり観賞することもできる。

客層のターゲットは「誰でも気軽に入れる店」という同ロケのコンセプトから、特に絞っていない。実際の客層としては学生、サラリーマンが多く、1階はカップルと女性客が目立つという。また、客の流れはまず1階で遊んでからエレベーターで6階に上がり、階段で各フロアを見ながら下りてくるパターンが多いという。

1日の入場者数はまだ統計を取っていないため数字は出せないとのこと。平均客単価は1000〜1

▲他のフロアに比べて客の年齢層がやや高く、サラリーマンが多いという4階「スポーツ・タイトー」のフロアで人気のパッティングチャレンジ。

▼5階の「エキサイトメント・タイトー」フロアにある体感ものはほとんどが通信機能搭載で、大勢で楽しむことができる。

▲スペースインベーダーゲームをはじめ、輸入物のレトロゲームを実際にプレイできる6階のゲームミュージアム。

▲1978年から1979年にかけて大ブームとなったスペースインベーダーゲーム。6階のゲームミュージアムを訪れた人はすべてこのゲームをしていくことからも当時の爆発的人気が伺われる。

500円で、ゲームの種類別売上比率、フロア別売上比率は未公表。月間売上見込みは1億円で、現状から判断して達成できそうだという。

同ロケでは今後もあまり凝らず、気軽な店として運営していく方針だが、客を飽きさせないような工夫や何らかの付加価値をつける工夫は常に行なっていく予定。また、6階の「ゲームミュージアム」に関しては、古いゲーム機は部品を手に入れたり修理したりするのが難しく、純粋に博物館的に運営していくことができないため、ミュージアムという言葉にとらわれることなく今後はイベントスペースとして活用していくとしている。

<タイトー・イン・ゲームワールド>

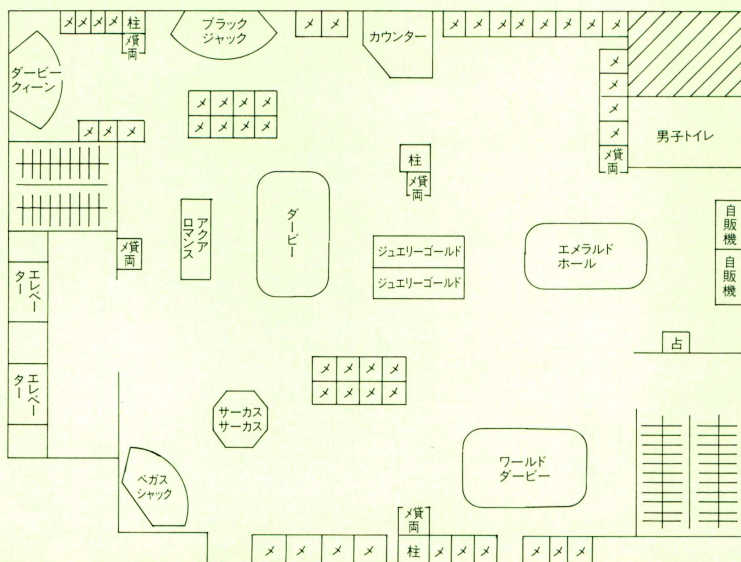
東京都新宿区新宿３－35－８
☎ 03(3226)0395

1F

※両……両替機

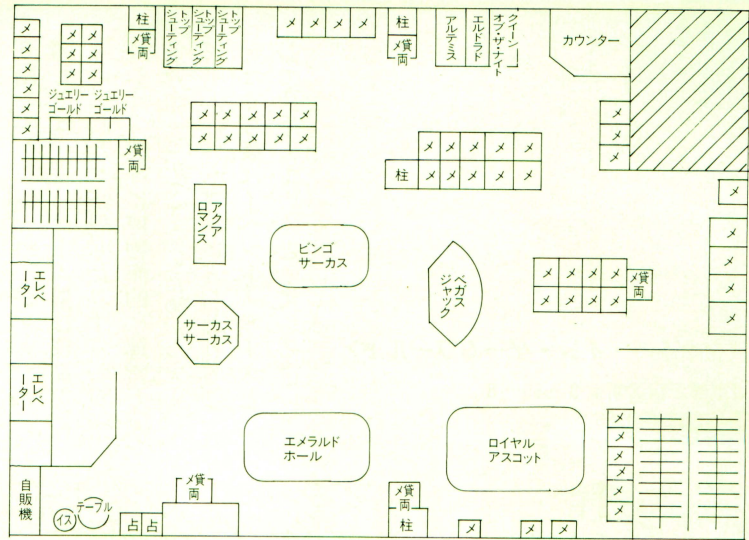
ソルバルウ　レールチェイス　パワーホイールズ　パワーホイールズ　スターブレイド　スーパーモナコGP　スーパーモナコGP　カウンター　オフィス　占い　柱　ビ　ニューカプリチオ　両　ムーンキャッスル　自販機　エレベーター　出入口　D₃BOS　フェアリーキャッスル　パラダイスアレイ　カニカニパニック　操作盤

2F

ブラックジャック　カウンター　ダービークィーン　男子トイレ　アクアロマンス　ダービー　ジュエリーゴールド　エメラルドホール　自販機　エレベーター　占　サーカスサーカス　ワールドダービー　ベガスシャック　柱　メ貸両

※メ……メダルゲーム
両……両替機
メ貸……メダル貸機

3F

※メ……メダルゲーム
両……両替機
メ貸……メダル貸機

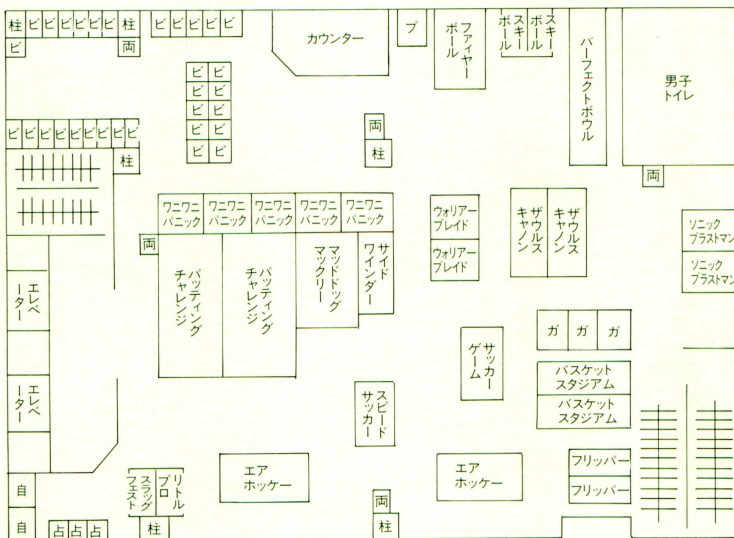
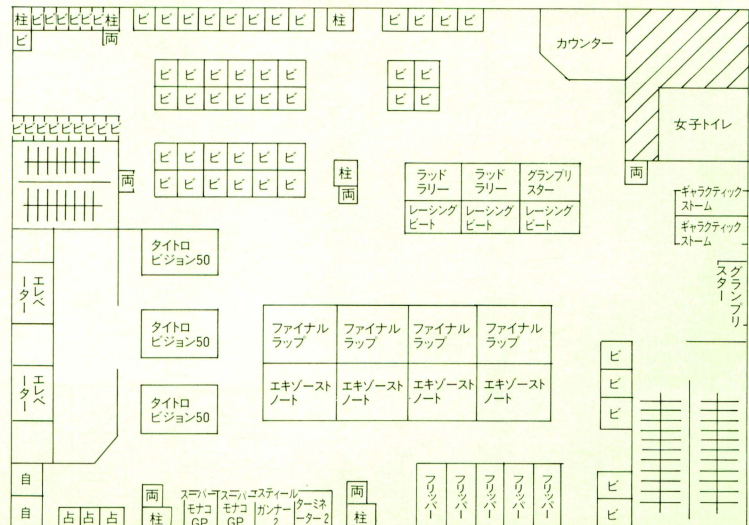
カウンター
トップシューティング
アルテミス
エルドラド
クイーン・オブ・ザ・ナイト
ジュエリーゴールド
アクアロマンス
ビンゴサーカス
ベガスジャック
サーカスサーカス
エメラルドホール
ロイヤルアスコット
エレベーター
自販機
テーブル
イス
占
柱

4F

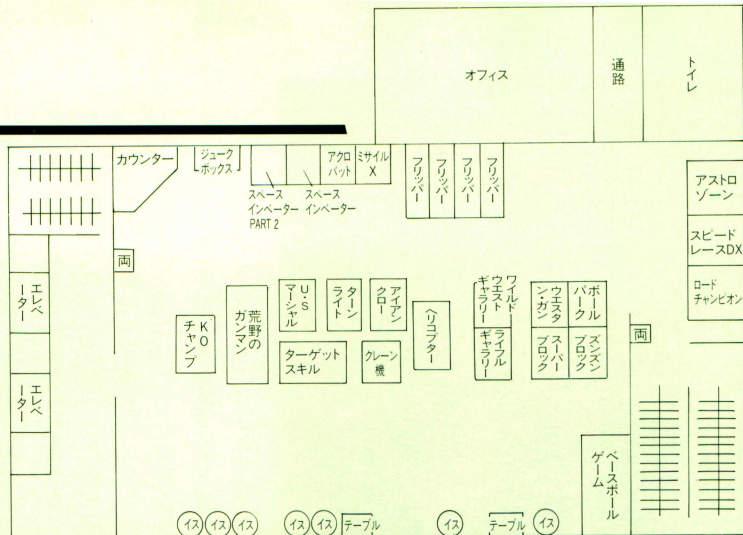
※ビ……ビデオゲーム
ガ……ガンシューティングもの
プ……プライズマシン
両……両替機
自……自動販売機

カウンター
ファイヤーボール
スキーボール
パーフェクトボウル
男子トイレ
ワニワニパニック
バッティングチャレンジ
マッドドッグマックリー
サイドワインダー
ウォリアーブレイド
ザウルスキャノン
ソニックブラストマン
サッカーゲーム
スピードサッカー
バスケットスタジアム
エアホッケー
フリッパー
スラッグフェスト
リトルプロ
エレベーター
占
柱

5F

※ビ……ビデオゲーム
両……両替機
自……自動販売機

カウンター
女子トイレ
ラッドラリー
グランプリスター
レーシングビート
ギャラクティックストーム
タイトロビジョン50
ファイナルラップ
エキゾーストノート
スーパーモナコGP
スティールガンナー2
ターミネーター2
フリッパー
エレベーター
占
柱

6F

※両……両替機

セガ、神楽坂のレジャービルの1階にロケーションをオープン

●ディスコ、バー、レストランなども、今秋入店予定

㈱セガ・エンタープライゼス（中山隼雄社長、本社東京）では、5月17日、東京・神楽坂に建設中の複合エンターティメントビル『ツインスター』の1階部分に、新ロケ『ツインスター・ジオス・セガ』をオープンした。ビルオーナーである熊谷興業㈱とセガの共同経営で、運営はセガが行なう。

『ツインスター・ジオス・セガ』のオープンした『ツインスター』ビルは、地下鉄東西線神楽坂駅下車徒歩2分ほどの所にある。この辺りは、近くに東京大神宮を控えた昔ながらの東京の面影を残す町であり、また数々の大学を有する学生の街としても有名なところ。『ツインスター』ビルの建設には、こうした古き良き町・神楽坂を、東京の新しいトレンド発信地として甦えらせようという狙いがある。ビルのコンセプトは、「遊びの大宮殿（fashion state）」。具体的には、レストラン、バー、ディスコ、ブライダルルームなどの施設が今秋オープンの予定で、今回のセガのロケーションはこれらに先立つ形でのオープンとなった。

ロケの空間デザインのコンセプトは「地空界」。簡単に言えば地中に存在する世界をイメージし、宮殿風にデザインしたものといえる。まず、エントランス部分の正面及び左手をガラス張りにし、光の降り注ぐ解放感のある空間を演出。この部分にはUFOキャッチャー

▲ツインスターのエントランス。

▶正面と左側はガラス張りになっており、明るい光が入り込む。

やファラオの予言など、人気の機種やアイキャッチ効果の高い機種を並べてある。また、このガラス張りの部分は同ロケで最も装飾に凝った部分。周りを見渡すと、ごつごつとした岩肌を表現した装飾に、古代ローマの護民官風の銅像や、絡み合う天使のレリーフ、古代ヨーロッパのイメージでデザインされた街灯などが居並ぶ。そして、正面のアーチ型の門の上には、一際目立つ恐竜のようなオブジェが配置されているが、これは、同ロケの守護神「ジオドラゴン」であるという。このアーチの向こうに広がるのが、地空界。少し暗目の電球でライトアップされており、エントランス部とは対象的な印象を受ける。アーチを抜け、イオニア様式の柱に挟まれた回廊をフロア中央に向かって更に進んでいくと、右手奥の壁にオアシスをイメージした町並みが浮び上がっている。

同ロケの営業面積は383・72㎡。計104台のマシンが設置されている。その内訳は、ビデオゲーム53台、メダルゲーム33台、プライズマシン9台、フリッパー3台、一般アーケード機4台、占い機2台。レイアウトについては、取材の前日に若干の変更を行なったそうだが、これはこの1ヵ月の営業でロケを取り巻く状況や、人気機種、店内での客の動きがある程度掴めてきたとのことによるものだという。

利用状況に関しては、具体的な数字は公表されていないが、一応客単価最低2000円、年間売上4億円が目標になっているそうで（総投資額については未発表）、現状ではこの数字は目標通り達成されているとのこと。売上の比率は、メダル40％弱、プライズ30％弱、ビデオ20％弱、その他。同店の滝澤光広店長によれば、「地域内での競争が激しくないメダルゲームが、設置台数が少ない割には好調」とのこと。ちなみにメダルは、300円10枚、500円17枚、1000円35枚の3パターンで貸し出している。

客層に関しては、神楽坂という立地の持つ特色がよく反映されているそうで、「平日は近くの大学に通う大学生がメイン。休日には地元の子供達が自転車でやってきたり、神社の縁日に訪れた人たちが中心となる」という。中でも特に目立った動きを見せるのが、平日の小・中学生。学校がひける午後3時頃から6時まで、フロア全体が彼らに埋め尽される。しかも彼らは、ビデオゲームではなくメダルゲームを好んでプレイする傾向にあるそうだ。また、平日の昼間に同ロケの前を通るサラリーマンの数が当初の予想よりはるかに多いそうで、滝澤店長は「今後は如何にして彼らを取り込むかが課題」という。具体的な対策としては、「設置機種やレイアウト、特に入口のガラス張りの部分でアピールしたい」とのこと。現在、入場者全体に占めるサラリーマンの割合は3割程度。しかし、着実に増えてきてはいるという。

来客ピークの時間については、お昼12時過ぎ頃からほとんど客足

▲アーチ型の門の上部にいるのが、『ジオドラゴン』。同ロケの守護神である。

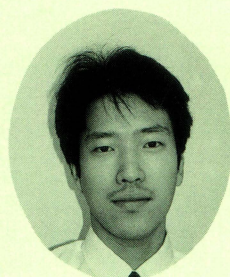
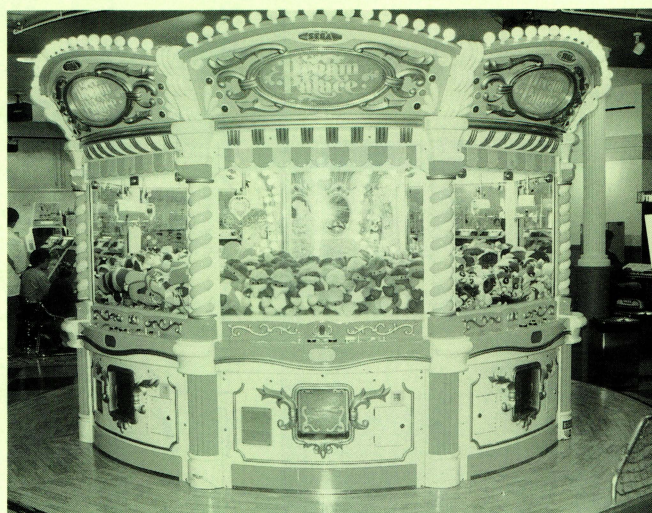
◀エントランス部分の右側の壁は、ごつごつした岩肌をイメージさせる。ファラオの予言の後ろに位置するのは、古代ローマ人風の銅像。

が途切れることがないそうで、実際取材に訪れた際にも大学生らしき人達を中心に、フロアはかなり賑わっていた。

オープンしてまだ1ヵ月。同ロケにはまだ結論の出ていない楽しみな点、不安な点が多々ある。

まず、何と言っても楽しみなのが、今秋のビルの全館オープン。滝澤店長も、「(いい意味での)大きな変化が見られるはず」と期待している。逆に不安な点は、大学の長期休暇。地方から出てきている大学生が帰省すると売上に大きな影響を及ぼすのでは?という心配がある。滝澤店長は、こうした不安解消のためにもサラリーマンの集客力アップを図る構えだ。いずれにしても、半年後にはこれらの問題に答えが出るはずで、そこで初めて同ロケの方向性が定まるものと思われる。

最後になったが、『ツインスター・ジオス・セガ』は、社員3人、登

▶イオニア様式の柱の間を抜け奥に向って進んでいくと、右手奥の壁にはオアシスの町の風景が浮かび上がる。

▲滝澤光広店長。

▼『ロイヤルアスコット』は集客の目玉。

▲『ドリームパレス』。フロアの中央部に置かれ、ひときわ華やかな光を投げかける。

ビ……ビデオゲーム
メ……メダルゲーム
フ……フリッパー
占……占い機
両……両替機
メ貸……メダル貸出機
自……自動販売機

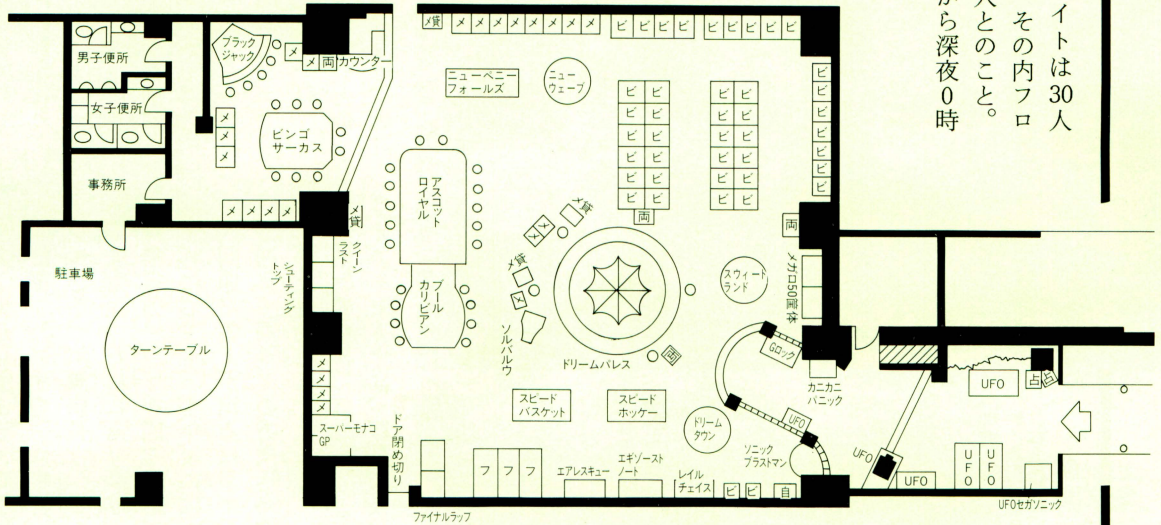
<ツインスター・ジオス・セガ>

東京都新宿区神楽坂２丁目２－11
第２神楽坂ヒルズ１Ｆ
☎03(3260)7256

録されているアルバイトは30人（内、女性10人）で、その内フロアにでるのは5〜6人とのこと。営業時間は午前10時から深夜０時まで。

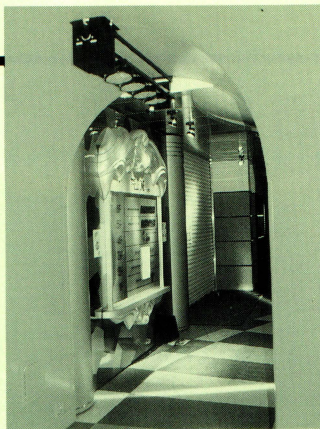
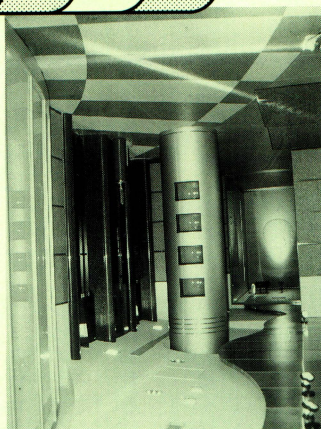
シグマ、バットマンビルに続く都市型複合AMビルを横浜にオープン！

●『ＴＲＥＬＬ―ＯＮＥ（トレルワン）』、6月上旬一部オープン

㈱シグマ（真鍋勝紀社長、本社東京）では、オペレーション事業の激戦区・横浜において、『バットマンビル』に続く都市型複合アミューズメントビル『ＴＲＥＬＬ―ＯＮＥ（トレルワン）』の営業を一部開始した。総投資額は約20億円。ビル全体で月商１億円を見込んでいる。

『ＴＲＥＬＬ―ＯＮＥ（トレルワン）』のオープンしたＰＡプラザ横浜ビルは、地上7階建てで、総面積１７３９・１㎡。横浜駅西口より歩いて5分の商店街の一角に位置し、周辺には、ダイエー、ヨドバシカメラ、東急ハンズなど集客力のある店舗が並ぶ。シグマでは、このビル全体をオーナーより賃借。事務所として使う最上階を除いた6フロアで、複合ＡＭスペースを展開する。

6フロア中、現在までにオープンしているのは、１階のバー&カ

▲『トレルワン』の正面。入口は少し判りづらいが、写真中央の円形オブジェが付けられている壁の裏側に設けられている。ちなみに写真一番右に写っているのが、2階に通じる外階段。

ジノのコーナー（6月12日オープン）、2・3階のGFスタイルのゲームコーナー（6月5日オープン）、4階の居酒屋「天狗」（外部委託、5月28日オープン）の4フロアのみ。残りの5・6階については、同ビルの目玉となる注目のロボット対戦型シミュレーションゲーム「バトルテック」（米・バーチャルワールド・エンターテイメント開発）計32台が設置され、8月上旬にオープンする予定だ。

▲スイングライトやサーチライトで演出されたトンネルを抜けていくと、モニターを配した柱が現れる。この左手がバー＆レストランのコーナー『デュミナス』、右手がエレベーター。更に奥には上層階に通じる内階段が配置してある。

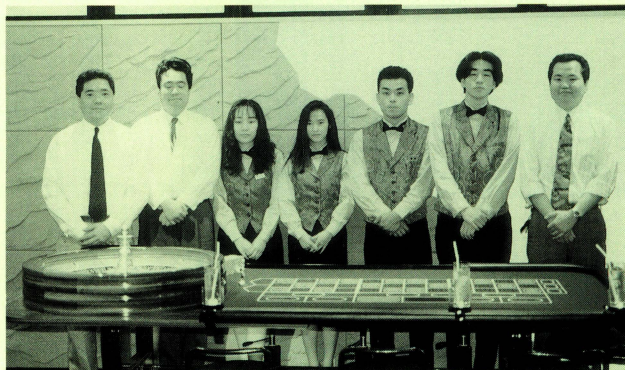
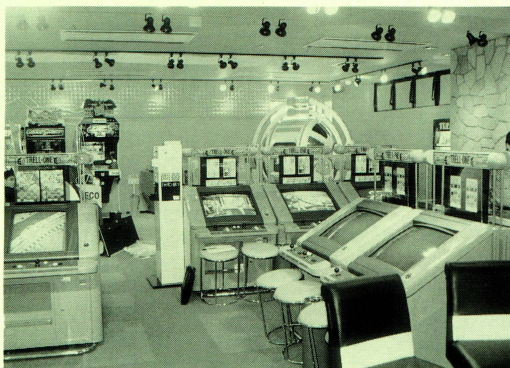
ちなみに、この「バトルテック」、こうしたハイテクゲームとして開発される前に、以前ボードゲームとして発売され人気を呼び、同名で小説化もされている（ウィリアム・H・キースJr・著、富士見文庫より発刊）。今回のビルは、このボードゲームの内容をビル全体のコンセプトとしており、それに沿った施設名称やフロアデザインが施されている。ちなみに、施設名称の『トレルワン』とは、この物語の部隊となった銀河系最大の惑星を意味する。

今回はこの5・6階部分については後の取材にゆずるとして、1〜3階部分を中心に施設の紹介を行なうことにする。

ビルの外装で注目されるのは、正面の壁上部に浮き出た銀色の巨大な顔。無機質な表情で、地球人にも宇宙人にも見える。

エントランス部分は、正面向かって右手の壁の陰に隠れるように設置してあるが、正直なところ少し狭く、わかりづらい。同店の1〜3階部分を管理する藤掛店長によれば、「エントランス部分を狭くすることによって、内部への期待感の高揚を狙ったもの」とのことだが、「この設計が利用客に十分受け入れられるかどうか、多少の不安はある」という。さて、入口を入って壁の赤く塗られたトンネルを抜けると各フロアのデモンストレーション機能を持つモニターが付いた大きな柱を配した小ホールに辿り着く。この左手にバー＆カジノのコーナーの入口が、右手にはエレベーターがある。

1階は、営業面積155・66㎡。バー&カジノのフロアで、フェルトゲーム4台と、メダルゲーム24台が置かれている。「デュミナス」と名付けられたこのフロアのデザインコンセプトは銀の砂漠。壁面に砂漠をイメージさせる装飾が施してある。基本料金はフェルトゲームが2000円のセットチケット（チップ20枚+1ドリンク、追加チップは1000円で20枚）、

◀1階カジノ＆バーのフロア『デュミナス』。

メダルは1000円・20枚から貸出し、バーのドリンク類は500〜1200円。アルコール類の提供は午後6時より行なわれる。フロアのメインターゲットは18〜35歳と設定されており、18歳未満は終日入場不可で、午後6時以降は20歳未満入場不可。1階の営業時間は午後12時〜午前12時までとなっている。

シグマ販売企画課の河合峰宏課長は「現在、こうしたカジノ&バーのスタイルは、にわかに注目されつつある。しかしこれまでは（ゲーム関係のオペレーターではなく）飲食関係の業者がファッション感覚で取り入れるケースがほとんどだった。当フロアではゲームの部分を重視、当社の米国での実績を基に、本格的なものを提供、新しいカジノ&バーでの遊び方を提案したい」と語っている。

2階より上に行く際には、エレベーター、エレベーター奥の内階段、外からの階段、の3通りのアプローチの仕方が用意されている（このうち外階段は2階までしか通じていない）。エレベーターの中は光ファイバーの放つモザイクのようなチカチカと輝く光がミラーに反射し、宇宙船に乗っているような気分を味わえる。内階段はムービングライトや光のチューブを使用、青白く、無機質な空間を演出している。また、エレベーターや内階段には、宇宙空間をイメージさせる冷たく渇いた音色が響き、音の面での演出も工夫されている。

2・3階は共に「トレリオン」と名付けられており、従来形式の機種設定や、運営スタイルがみられるフロアである。営業時間は午前10時〜午前0時。風営法にのっとった入場規制が行なわれる。

2階は営業面積268・62㎡。デザインコンセプトは「灼熱の活火山」で、フロア全体が赤を基調にまとめられている。明滅するライトは活火山の息吹を、天井の裂け目を伝うネオン管は辺りに轟わたる稲妻を表現しているという。同ビルの中で最も設置機種のバラエティに富むフロアで、「D³ボス」を目玉にビデオゲーム26台、メダルゲーム18台（メダルは1枚30円、10枚300円から貸出し）、プライズマシン5台、占い機2台、フリッパー3台が置かれている。『トレルワン』の1〜3階部分を管理する藤掛巌店長は「3階への導入部的位置づけのフロア。フロア奥に設置された『D³ボス』（1プレイ500円、チケット制）で話題性を出し、上のフロアへの期待感を高めたい」としている。

3階は営業面積273・87㎡。メダルゲームのみのフロア。設置台数は60台（内、マスメダル6台）となっている。デザインコンセプトは「黄金のジャングル」。入口付近を2匹の黄金の胴長の怪獣（?）が見守り、フロア内の天井には不思議な鳥のオブジェが吊してある。フロアは全体的にイメージカラーのゴールドでまとめられ、不思議な高級感が漂っている。

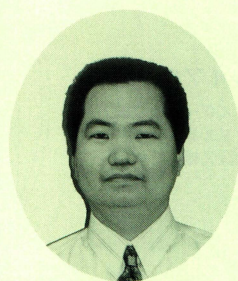
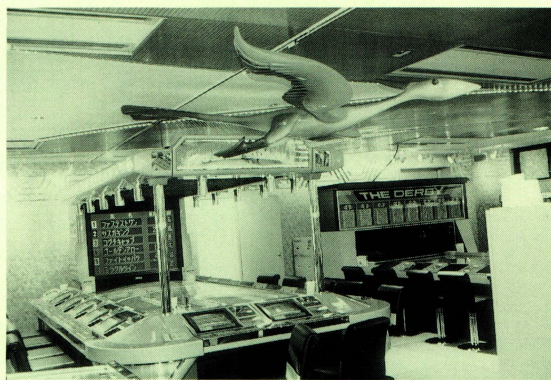
こうして1階から3階まで見てきた訳だが、これらの運営について、藤掛店長は「当社では、ゲームファンタジアのような展開は3階までが限度と考えており、4階以上のビルの場合は、AMとは別の要素を取り入れた複合施設展開とし、各フロアがバラバラになら

▲2階フロア。一番奥に据えられた、『D³ーボス』が目玉となっている。

▲『バットマンビル』同様、ここ『トレルワン』においても、オリジナルデザインの自動販売機が登場。

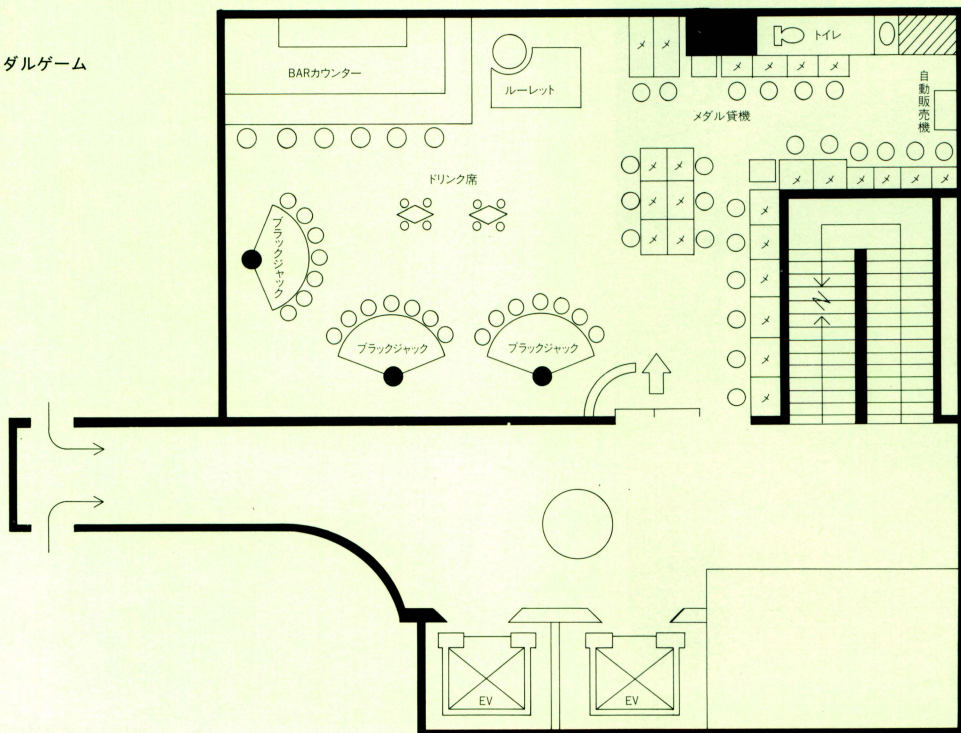
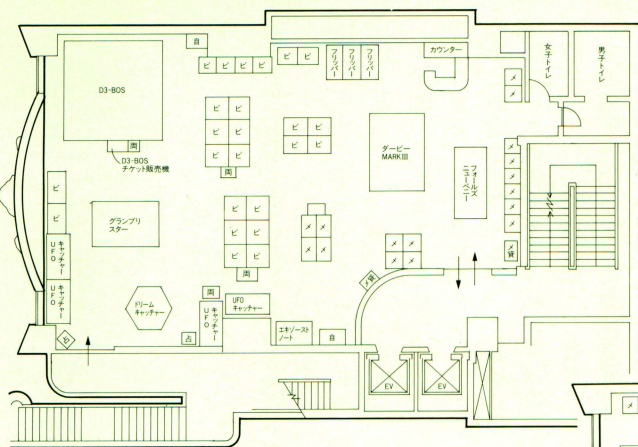
ないよう、いかに複合させ相乗効果を高めるかがポイントと考えている。４階の居酒屋と、５・６階の『バトルテック』をいかに絡ませていくか。それが課題だ。しかし当社では複合ビル『バットマン』を既にオープンしており、そこで得たノウハウを生かしていくつもりだ」という。

客単価の見込もビル全体の平均で２５００～３０００円とかなり高めに設定されているが、これは横浜という街の持つキャパシティに期待しているだけでなく、各フロアの相乗効果が十分に発揮されることを見込んで設定された数字だといえる。５・６階がオープンしてからの展開が期待されるところだ。

▲▼３階は、メダルゲームのみのフロア。入口部分にはワニに似た金色の動物が２匹。天井には７色の怪獣がつるされている。

尚、『トレルワン』の１階～３階に関しては社員17名（内、技術系社員４人）、アルバイト計70名（内３分の１が女性）で運営を行なっている。

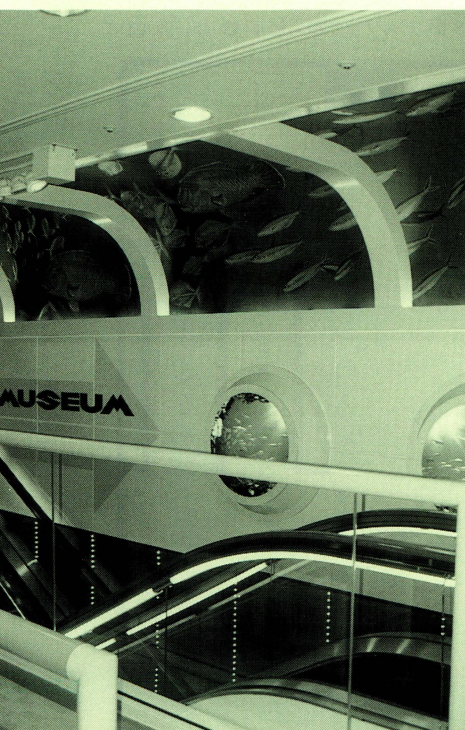
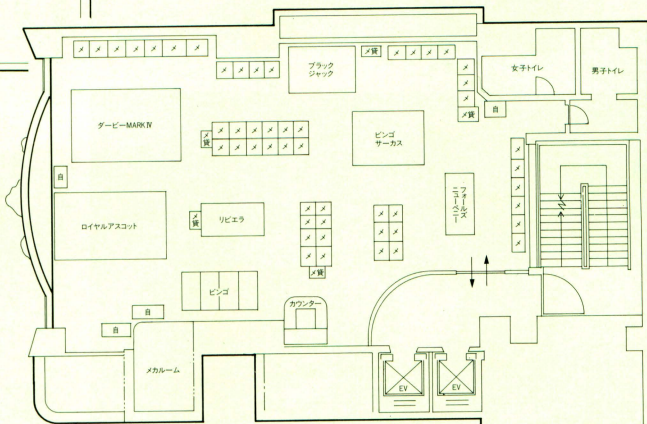
▲１～３階部分を管理する藤掛厳店長。

１Ｆレイアウト図　〈トレルワン〉　神奈川県横浜市西区南幸２丁目９番　ＰＡプラザ横浜ビル　☎045(320)6310

メ……メダルゲーム

２Ｆレイアウト図

ビ……ビデオゲーム
メ……メダルゲーム
プ……プライズマシン
占……占い機
両……両替機
メ貸……メダル貸機
自……自動販売機

３Ｆレイアウト図

すべてメダルゲームのフロア
メ貸……メダル貸機
自……自動販売機

SCC、愛知県春日井市にSCロケオープン

●目玉はワンダーシップとサイコランナー

㈱エスシーシー（太田紘社長、本社東京、以下ＳＣＣ）は６月３日、６月５日にオープンする「ザ・モール春日井」内のＳＣロケ「アミュージアム」のプレ発表会を行なった。同ロケの総投資額は未公表。

「ザ・モール春日井」は春日井西武をリニューアルしてつくられた地下１階地上３階の西友最大規模のＳＣ（６月５日オープン）で、中央にあるステンドグラス広場を境に右側が専門館、左側が春日井西武になっている。駐車場スペースは２５００台収容とかなり広く、ドライブインシアターも併設している。最寄駅はＪＲ名古屋駅から中央線に乗り、快速で20分弱の春日井駅で、同駅から約２Km離れた国道19号線沿いに位置している。

同ロケはこの「ザ・モール春日井」の専門館３階、メンズファッション、スポーツ、高級雑貨等のフロアにある。同ロケでは春日井市は海に面していないことから、非日常体験によるエンターテイメ

▲３階に上がりきる前から、アミュージアムの雰囲気に引き込んでしまうようなエスカレーター上部と壁面の絵。

ント性の創出という意味で「海」をテーマに選び、「近未来の海中都市」というコンセプトに基づいて内装を施した。

店内は5つのゾーンに分けられ、中央にある「大型プロモーションゾーン」を中心に、このゾーンを取り巻くような形で「体感マシンゾーン」「コンピューターマシンゾーン」「メダルゲームゾーン」「カーニバル&スポーツゾーン」が配されている。営業面積は1069㎡。

「大型プロモーションゾーン」はエスカレーター前にある同ロケの中心ゾーンで、目玉となるSCC製の2機種「ワンダーシップ」「サイコランナー」のほか、体感もの3台、ガンシューティングもの1台、プライズマシン5台で構成されている。ワンダーシップは8人乗りで、料金は1人300円。搭乗時間は約3分。初めて乗る者にとっては前方の大型スクリーンの映像と、手元のモニターに映し出される映像の関連性に多少とまどいを感じるかもしれないが、慣れれば問題はなく、ユニークな外観と相まって人気を集めるだろう。

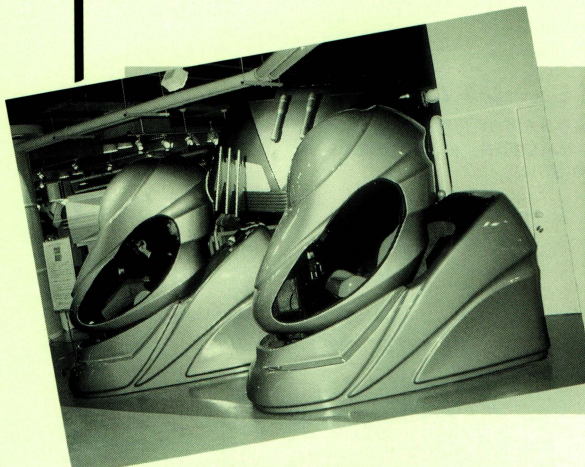
仮想現実感による不思議空間を体験できるサイコランナーは、コインオペ方式で1回200円。乗降口が斜めになっているため、乗り降りがしにくい。また、ターニングポイントを示す「セレクト」のサインが画面下部に現れるのだが、映像との関係もあって見にくく、うっかりすると見逃してしまう。しかし、コンピューターグラフィックスの映像はユニークで、精神世界に興味を持っているような人たちに受け入れられそうなマシンだ。ワンダーシップ、サイコランナーとも、国内での設置は千葉県にある同社ロケ「木更津エポ」に次いで2店目。

大型プロモーションゾーンの奥にある「体感マシンゾーン」には体感もの15台、ガンシューティングもの5台、フリッパー3台、ビデオゲーム1台が置かれている。中心は4台並んだスーパーモナコGPツインで、8人同時プレイが可能。

「コンピューターマシンゾーン」はビデオゲームコーナーで、ビデオゲーム29台（うちスウィング筐体10台）とプライズマシン1台から成っている。同ゾーンの奥には50インチ大画面のメガロ50が4台並んでおり、同ゾーンの一番人気を獲得しそうだ。

「メダルゲームゾーン」は他のゾーンに比べ照明がやや暗くなっている。体長6mの巨大ザメのオブジェが天井に取り付けられるな

▲大型プロモーションゾーンにあるインフォメーションカウンター。近未来の海中都市のイメージにあわせて白とブルーのハイテク感覚あふれたデザインになっている。

▲体感シミュレーターとシューティングゲームを組み合わせた「ワンダーシップ」。

◀同社のオリジナルマシン、サイコランナー。ユニークな外観でアイキャッチ効果は満点だが、乗り降りが大変なところが難点。

▲人気を集めそうな大型50インチ画面筐体メガロ50。

ど、深海をイメージしているようだ。ゲーム機はシングルメダルゲーム39台、マスメダルゲーム11台の計50台。メダルは1枚25円で営業貸出しは500円（20枚）と1000円（45枚）の2種類がある。

「カーニバル&スポーツゾーン」は一般アーケード機・カーニバルゲーム・その他20台、プライズマシン6台で構成されており「ファラオの予言」や「マインドコントロール」、「スピードサッカー」「キッチンブレイク」といった人気機種、新機種がそろっている。

春日井市は名古屋のベッドタウンであり、大学や専門学校も多いため、同ロケでは客層のターゲットをティーンズとヤングアダルト中心に女性客、ファミリー層をも取り込もうと幅広く設定。3階ということで、如何に集客するかが課題となっている。特にSCが休みの日（原則として木曜定休）でも専門館すなわち同ロケはオープンしている（年中無休、営業時間午前10時から午前0時）ので、この日の集客を確実にすることが急務といえそう。同ロケではこの対策として専門館の壁面にライトアップできる大きな看板を設置、駐車場にも同ロケオープンの表示を出している。また、JR、地下鉄の駅や車輌内に大量のポスターを貼り、知名度アップを図っている。

なお、1日の入場者数、平均客単価、売上比率、月間売上目標額等の見込みについては一切未公表。

▲体長6mの巨大ザメのオブジェが天井から吊られているメダルゲームゾーン。

▲春日井西武と専門館棟を結ぶステンドグラス広場の上部につくられた巨大なステンドグラス。ステンドグラスの右側が専門館棟で、「AMUSEUM」の大きなサインがかけられている。

〈アミュージアム〉

愛知県春日井市六軒屋東丘22
「THE MALL春日井」内、専門館棟3F
☎0568(56)1258

ビ……ビデオゲーム　メ……メダルゲーム
プ……プライズマシン　体……体感もの
ア……一般アーケード機・その他
両……両替機　メ貸……メダル貸機
自……自動販売機

アメージングスクエア、セガと共同で園内にAM施設オープン

●『セガ・スーパーサーキット』を設置

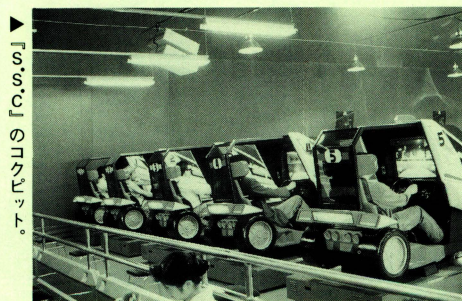
巨大迷路などでおなじみの遊園地、アメージングスクエア（アメージング㈱経営、所在地東京都足立区）では、5月1日、㈱セガ・エンタープライゼス（中山隼雄社長、本社東京）との共同経営で『セガ・ワールド　アメージングスクエア店』をオープンした。投資総額等は未公表で、運営はセガが行なう。

同ロケは、園入口より向かって右手奥の中心に接する部分に位置。余計な装飾を廃したシンプルな建屋の中には、関東では初の常設になる「セガ・スーパーサーキット」を始めとして、計86台のマシンがゆったりと配置されている。ちなみにこの建屋は園側が請け負って建てた物。中の営業面積は980・7㎡となっている。

▲園の駐車場より見た『セガ・ワールド』の建屋。「SEGA」と書かれた看板の下には、夜間用（P.M.6：00～P.M.10：00）の出入口がある。

▲園からの『セガ・ワールド』への出入口。

『セガ・スーパーサーキット（以下SSC）』は、コクピットブースに乗り込んだプレイヤーが、モニターの映像を頼りにRCカーを操作、近未来都市を想定したコースの中を走らせるというレースシミュレーション施設。現在、静岡県浜松市のジョイ・スクエア・イン・ハママツのみに設置されており（長浜楽市ワンダーランドのSSCは撤去されている）、首都圏では初常設となる。

今回アメージングスクエアに設置された物は、コース全長70m、コクピットブース5台で、1プレイは制限時間3分、最高4周回まで（利用料金は500円（チップ制）。女性スタッフがレースの実況やチケットの購入方法をナレーションする。

「SSC」以外の設置マシンの機種及び台数は、ビデオゲーム23台、メダルゲーム20台（内、マスゲーム4台）、一般アーケード機11台、カーニバルゲーム13台、プライズマシン15台、フリッパー4台。この中では、やはりプライズマシンの人気が最も高いそうだが、遊園地内の立地ということも影響してか、カーニバルゲームもなかなか好調な利用状況とのこと。ビデオゲームについては、別格的存在の「ストリートファイターIIダッシュ」を除き、やや低迷しているそうだが、中では女性客などが取っ

▲『S.S.C』のサーキットコース。近未来都市を想定したレイアウトとなっている。

▶『S.S.C』のコクピット。

つき易いクイズ、パズルなどが健闘しており、今後こうした内容のゲームの比率を高めて、ビデオゲームの利用率アップを図りたいという。

ところで、今回の共同ロケ開設の背景について、アメージングスクエアを経営するアメージング㈱の後藤浩久総務課長は、「当園は、平日・土曜・日曜（休日）で来園者の割合が1：5：10と激変する遊園地。気軽に立ち寄れる施設の設置により、平日の集客力強化を狙った」としている。特に集客の目玉として「SSC」をセガが推薦、設置されることになったそうだ。

同ロケの佐藤誠店長によれば、オープン以来の「SSC」の利用状況は「今一歩」という。同氏はこの原因を、主として「風営許可がいつ下りるかはっきりせず、オープン告知のための宣伝活動が不十分であったことにある」と分析。今後6月中には、園の協力を得て駐車場に看板を備え付け、ロケーションの存在や「SSC」をアピールする他、夏には「SSC」の1回当りのプレイ時間や周回数を長めに設定して、耐久レース風のイベントを行なう予定であるという。しかしながら、アメージングスクエア側では、「ロケオープンの効果は徐々に現れており、園へのリピーターは増えているようだ」とのこと。

同ロケの営業時間は午前10時から午後10時まで（「SSC」は午後12時から午後7時まで）。園が閉園する午後6時（土・日曜日は午後7時）から、隣接する駐車場との連絡口を解放、無料で入出できるシステムになっている。

「アメージングスクエア」は、夜型を志向して88年10月10日に開園。平日で午後9時30分、休日で午後9時までという営業時間でスタートしたが、夜間の集客が思うように伸びず終業時間を変更、現在に至る。同園では、今夏より夜間営業（夏期のみか、通年かは未定）を予定しており、その感触を摑むために、今回、このような形態で運営を行なっている。

夜間営業においては、同ロケから徒歩2・3分の所に東武線と京成線の駅があり、頻繁に乗り換え客が行き交うことから、当初は乗り換え客がついでに立ち寄るケースを見込んでいた。しかし、2つの駅はあまりに近すぎて乗降客は一目散に駅と駅との往復。なかなかロケまで足を延ばしてくれない。住宅街からも遠く、夜間の集客は今ひとつだそうだ。

同ロケには課題が多いが、佐藤店長は「とにかく1年位は色々失敗もあると思う。そのなかから当ロケの進むべき方向を見つけたい」という。

▲『S.S.C』のチケットは、フロア中央部の受付カウンター（写真上）で購入、写真下のサーキットカウンターで確認作業が行なわれる。

▲園内からの出入口付近より見たフロアの様子。

▼アストロスインガー。

尚、同ロケは、社員4名、アルバイト計22名（内、女性12名）で運営。目標売上額等は未公表だが、5月期の客単価は１１００円とのこと。

ところで、アメージングスクエアでは、同ロケに先立ち、3月上旬、大型遊戯施設『スーパートマホーク』、『アストロスインガー』、『スワンサイクル』をオープンしている。これらはいずれも㈱サノヤス・ヒシノ明昌（太田黒尚雄社長、本社大阪）より機械リースを受けて運営を行なっているもの。

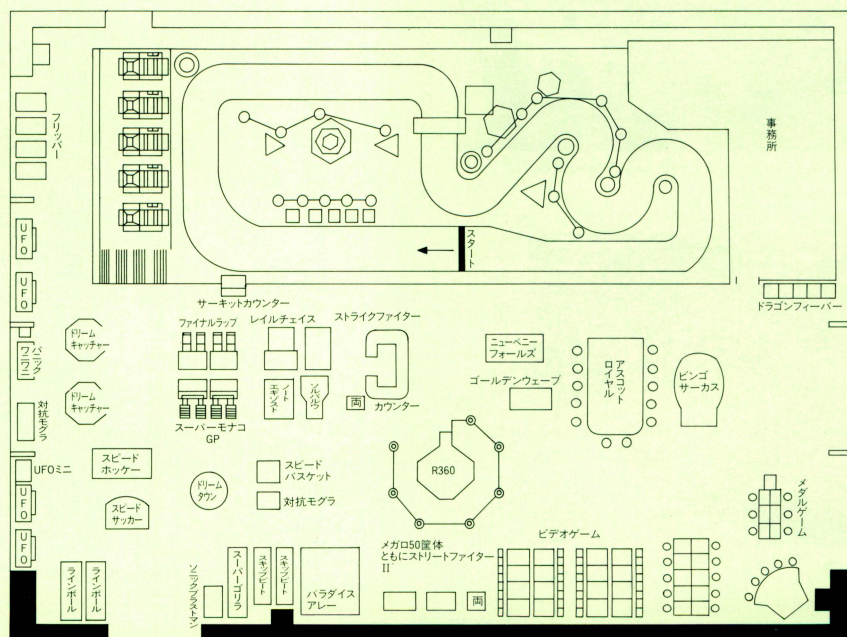
これらの新機種導入の背景について、後藤総務課長は、「90年末にサノヤス・ヒシノ明昌より導入した『ニューバイキング』と『ツイスター』の2機種の平均の利用率が、各々50%、30%と好調だったことから、導入を決めた」という。また、機種の選定に際しては、「当園が道路に面しておらず、外からの露出が少ないことを考慮。アプローチのあった機種の中から背の高い機種を選んで設置することにした」とのこと。

3機種のGWの利用率は、『スーパートマホーク』30〜40%、『アストロスインガー』が40%、『スワンサイクル』が30%となかなか健闘している（同園で最も利用率が高いのは迷路で、来園者の約7割が利用する）。

尚、同園の昨年度年間入場者数は、約30万人。その内7割は都内からの来客で、残りの3割を埼玉、千葉など近隣県からの来客が占める。今年は、商圏を拡大するというよりは、商圏内の集客率をアップさせることにより、年間40万人の動員を目指すとのこと。また今後については、現在約3割程度であるというファミリー客の集客力強化を図るためにも積極的に大型遊戯施設の導入を進める方針で、具体的には、背が高く、ランドマークとして効果の高い機種の設置を考えているという。

▲『セガ・ワールド』店長　佐藤誠氏。

<セガ・ワールド　アメージングスクエア店>

東京都足立区関屋町19－1
アメージングスクエア内
☎03(3870)4330

三井グリーンランド、オムニ社のモーション・マスターを導入

●『シミュレーションシアター』4月25日営業開始

三井グリーンランド（三井グリーンランド㈱経営、所在地熊本県荒尾市）では、4月25日、米・オムニ・フィルムズ・インターナショナル社製の劇場型映像シミュレーション施設『モーション・マスター』の営業を開始した。営業施設名は『シミュレーションシアター』。泉陽興業㈱（山田三郎社長、本社大阪）が浅海電気㈱を通じて導入、設置したもので、運営も同社が受託して行なう。総投資額は約3億円。

オムニ・モーション・マスターは、スクリーンに映し出される映像に、コンピューター制御の座席がシンクロして動く、劇場型映像シミュレーション施設。現在日本では7ヵ所に常設されている。スクリーンの大きさや、1列の座席数等は、いくつかの規格の中から選択できるようになっており、今回三井グリーンランドに設置されたものは、スクリーンサイズが13・72m（横幅）×6・21m（高さ）、座席数は12席×4列で計48席。これらのシステムを収めるオリジナルの建屋は、横幅15・6m×奥行21・6m×高さ8・35m、中世ヨーロッパの城をモチーフにしたものである。

ソフトは、木製コースターを擬似体験する「AMERICAN

▲『シミュレーションシアター』の建屋。壁面に『SIMURATION THEATER』の文字と戦争とコースターの絵が描いてあるだけで、外からだとどういった内容の施設なのか、わかりづらい。

コラム

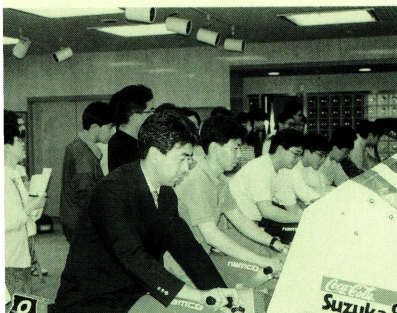
ナムコ、バイク雑誌対抗「コカ・コーラ スズカ エイトアワーズ」選手権大会実施

㈱ナムコ（中村雅哉社長、本社東京）では、6月4日、営業本部1階ショールームにて、バイク雑誌対抗「コカ・コーラ スズカ エイトアワーズ」選手権大会を実施した。バイク雑誌12社、業界誌2社の計14社が参加、熱戦を繰り広げた。

今大会の開催目的は、ズバリPR。一般バイク雑誌の誌面を通じて同機をPRし、AMスペースで同機をプレイしてもらおうというもの。販売部販売企画課課長・田井利明氏が競技前に挨拶、その点に軽く触れつつ「仕事を忘れて楽しんで下さい」と語った。

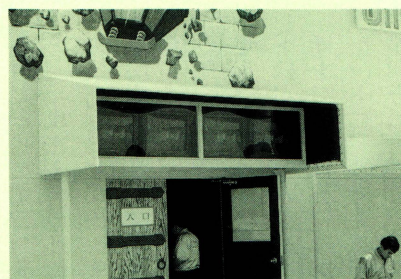
競技は「コカ・コーラ スズカ エイトアワーズ」デラックスタイプ2台を通信で連結、8シートを使って行なわれた。まず各社が3回ずつプレイする形で予選を行ない、14社中上位8社（予選3回の順位を合計、数の少ない方を上位とする）が決勝に進出した。

同機はコースを4周して順位を決めるという内容になっているが、決勝では特別に設定を変更、8周で順位を競った。レースの結果、

▲ライダースーツを着込んで大会に参加する人もいた。

▲決勝前に8周バージョンで同社社員がデモンストレーション。販売企画課の田井氏や御所脇氏も参加。ヤリ込んでいる様子でかなり上手だった。

EAGLE」と、戦車が車や小屋を破壊しながら暴走するソフト「TANK SLAYER」の2本。上映時間は共に約3分で1回ずつ交互に上映。各回ごとに利用客の入れ替えを行ない、入れ替え後、最初の客が席についてから、おおよそ5分のインターバルで、次の回の上映を始める。利用料金は1回につき400円。ソフトについては、1年毎に交換する予定であるという。

さて、三井グリーンランドが同施設の導入を思いたったのは、昨年10月頃のこと。その狙いは、同ランド菰方克次広報部長によると、「主として雨天対策にあった」という。また、同ランドでは昨年春より、ダークライド型の映像シミュレーション施設『コスモクルーザー』の営業を行なっており、「こうした映像シミュレーション施設がもう1つ位あってもいいのではないか」と判断したという。ちなみに『コスモクルーザー』の平均利用率は18〜20%。同ランドに設置されている60種の大型機械・施設の中で8番目の利用率とのことで、中々好調な利用状況といえる。（ちなみに同ランドの主な設置機種の利用率は、大観覧車・レインボー38・25%、風神雷神29・0%、恐竜コースター25・2%、アイスワールド21・9%）。

さてオープン以来の同機の利用状況だが、4月は利用率17・5%、5月は利用率15・5%。年間150万人もの人が訪れ、60もの遊戯施設がひしめきあう同ランドの中にあって、この数字は健闘していると言えなくもないが、同ランドでは今一つ満足していない様子。運営を行なっている、泉陽興業直営部三井グリーンランド営業所の前田五美所長も、「最低でも20%の利用率はコンスタントに維持したい」としている。

▲施設の内容を理解する上での手助けに、と入口上部の据え付けられたモニターだが、日光の関係で画面が見づらい上、「実際の利用時の迫力を充分に伝えきっていない」という意見もあり、今後一考の余地がありそうだ。

利用状況が今一つである原因について、三井グリーンランドと泉陽興業では、

①実際の遊戯行為そのものが、閉ざされた屋内で行なわれるため、施設の内容や利用している人達の反応が、外を歩いている人からでは判りづらく、とっつきにくい。

②同施設は、2つある園のゲートのうち、裏門にあたる北ゲートの正面、入ってすぐの所に設置されている。しかし、北ゲートは、入園者全体の約3割しか利用しない上、目立つ大型の遊戯機械や施設が、主として正面ゲート付近に配されていることから、なかなか同施設の前まで入園者が足を運んでくれない。

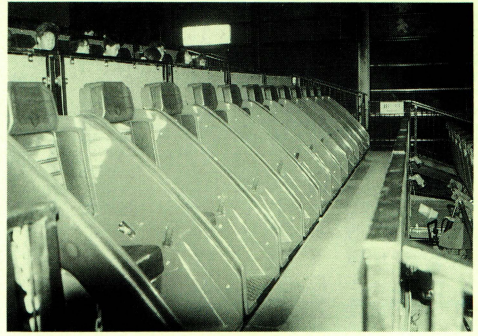
といった所にあると分析。特に①の問題については、営業施設名を付ける際、『モーション・マスター』から、より直接的でわかりやすい『シミュレーションシアター』に変更したり、入口上部にモニター

『ヤングマシン』誌が優勝。販売部部長・鈴木登氏より参加者全員に賞品が贈られ大会は終了した。

参加者はかなり同機を気に入った様子で、大会終了後もプレイに熱中していた。また、同機は鈴鹿8時間耐久レースの会場に設置される予定とのこと。

ちなみに業界誌で参加したのは弊誌と『コインジャーナル』。2社とも何とか予選を通過、決勝でも健闘して業界誌の面目を保った。

▲優勝者『ヤングマシン』にトロフィーと賞状を渡す鈴木登課長。

▲最後に記念写真。ハイチーズ。

を設置。ソフトの紹介や、利用客の様子を流したりと、色々工夫をこらしている。前田所長によれば、「今後園の協力を得て看板の数を増やすことなどを考えているが、どうすれば施設の内容を知らない入園者に、効果的にアピールできるか、智恵をしぼっている最中」という。

また、取材時に利用客にソフトについての意見を聞いたところ、木製コースターに比べて、戦車のソフトの人気が高く、「今後は（この戦車のように）実生活では体験できないようなことをシミュレートできるソフトを揃えて欲しい」という意見があった。このあたりについて前田所長に話を聞くと、「現在までのところ、利用者の反応は日によって大きく違い、ある時はコースターの方が利用者数が多かったかと思うと、また別の日には、戦車の方の人気が高かったり、といった状態。また各ソフトは、一応、木製コースターは女性を、戦車は男の子をメインターゲットに、と考えて選択したのだが、今のところ、両ソフトの利用客層の間にはっきりした違いは見出せない。こうしたソフトの問題については、今後もう少し同機が実績を積んでからでないと判断しかねる」とのこと。

尚、三井グリーンランドの昨年1年間の利用者数は約150万人。商圏は、福岡（全体の40%）、熊本（22%）をはじめとして、九州全域から、山口、広島までと広い範囲に渡っているが、菰方課長によると「この中では、最近高速道路の八代〜日吉間が開通したため、南九州からの来客が、ぐんと増えている」とのこと。客層は大人が85%、子供が15%。客単価は3700〜3800円位とのことで、この数字については、「年内に何度もリピートしてもらいたいので、客単価を今以上に上げたくない」という。

「この26年間、無理な投資を一切せず、こつこつと施設の数を増やしてきた」という三井グリーンランド。今後は正面ゲートより向って、右奥の部分にホテルを増設、その周辺に新しい遊戯機械・施設を配置する予定という。

▲『シミュレーションシアター』の座席。

八木山ベニーランドにミゼッティ工業の観覧車オープン

●3月18日営業開始、ゴンドラやイルミネーションが充実

八木山ベニーランド㈱エイトリー経営、所在地宮城県仙台市太白区）は、3月18日、観覧車の営業を開始した。園の直営施設で、総工費は約3億5000万円。

この観覧車は、ミゼッティ工業㈱（橋本敬造社長、本社東京）が製作し、設置したもの。全高35mで、ホイール直径は32・4mとなっている。ちなみに同園は風致地区に指定されていることから、35m以上の建造物の設置が規制されている。

設置位置は、園正面入口より見て、真正面一番奥の部分。ここには以前も観覧車が置かれていたが、

▲観覧車の搬器とその内部。クラシック調のつくりで、内装は茶系統の色でまとめ、シックでかつ高級感あふれる空間を演出している。

この度のものと入れ替わる形で撤去されている。利用時間は1周約7・9分で、利用料金は大人が100円チケット4枚、子供が3枚。

さて同機は、ミゼッティ工業の橋本社長が、「長年頭の中に想い描いてきた優れた観覧車の要素をすべて盛り込んだもので、すべての点がセールスポイント」という自信作。特に、搬器（ゴンドラ）のデザインや仕上げ、イルミネーションによる演出などに工夫が凝らされている。

まず、パステルカラー5色を使って搬器をカラーリング。搬器は計24台で、1台あたりの定員は6名となっているが、実際は8名がゆったり座れるほどのスペースを持つ。このクラスの大きさの観覧車で、これほどのボリューム感をもつ搬器が配されるのは非常に珍しいケースといえる。また、搬器のデザインはヨーロピアン・クラッシックを感じさせるもの。特に内装に関しては、よくFRPがむき出しになっているものがあるが、同機は内張りまでしっかり施工。木目調のトーンでまとめられており、茶系のシートとあいまって非常に高級感溢れる空間を演出している。

イルミネーションを用いた演出については、園内に面した片側の鉄骨部分全体にランプ約1万個（建屋部分の電球は除く）を配して行なわれる。その演出パターンは「計36種類」とのことだが、見た目にはそれ以上に感じられるほど非常に複雑。光は、計算された照明の明滅や色の変化により、リング中央に集まったり、外側に流れだしたり、回転運動を行なったり、骨組全体にわたって縦横無尽に走る。また、その光が夜空に描き出す世界は、大輪のひまわりや、巨大な風車、キラキラと輝くダイヤモンドなど、見るものに様々なものを連想させ、刻々と展開していくその姿を見ているうちに1つの物語に接しているような気分にさえなる。1つのアトラクションとしても成立するほどクオリティが高い演出といえよう。

また、橋本社長は、「一般的にこれまでの観覧車は、その大きさのスケールにくらべて鉄骨部分が華奢であったり、搬器が小さすぎたりと、どうも調和が取れておらず、見た目に美しくなかった」と一言。今回の観覧車はそうした点にも留意し、調和のとれた美しさをポイントに置いて設計を行なったという。

尚、ミゼッティ工業では、今回の観覧車導入を「八木山ベニーランドの将来的なマスタープランに沿って設計・開発したもの」と語っている。これまで同園は、2年置きに新機種をオープンさせてきており、ミゼッティ工業からは、昭和63年に、ジェットコースター『八木山サイクロン』を、平成2年に、アーム回転型施設『バルーンレース』を導入した。今後もこのペースで新機種をオープンしていく計画だ。

ヒューマックス、新宿にシアター形式のシミュレーション施設オープン

●ハードは日本電子光学工業製のビームスキャンバス

▲洞窟の入口といった感じの外観。この日はオープン後初の日曜日ということもあって、朝から時折り雨が降るにもかかわらず、オープン時間前から50人以上の行列ができた。

　ジョイパックレジャー㈱、ジョイパックアミューズメント㈱などと同じヒューマックスグループに属し、劇場（映画館）経営を主要事業とする㈱ヒューマックスピクチャーズ（林瑞峰社長、本社東京）は6月1日、新宿区歌舞伎町に常設のシミュレーションシアター「バーチャルシアター」をオープンした。

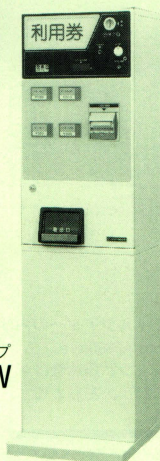
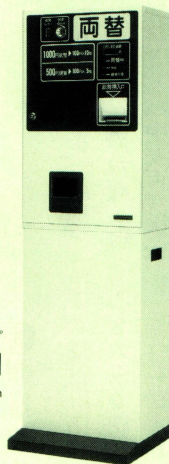
　オープンの動機は、映画興業の低迷を打破するため。戦後最低の観客動員数を記録した昨年の正月興行（約1億3000万人）を、今年はさらに30％も下回るなど、映画興行は現在厳しい状態にある。加えて、ヒットが見込めそうな話題の映画はまず各地区の大手劇場に回わされてしまうため、同社のような独立系興行館はより厳しい状況に置かれているというのが現状だ。

　そこで、何か映像を利用したもので新しい施設をと考えていた同社が目を付けたのが昨年から話題になっている「バーチャルリアリティー」を体験できるマシン。しかしながら、同社では1人1人ではなく大勢の人が来て楽しんでもらえる方がよい、また、費用的にもどうかということから、とりあえず今回は映画館を改造してのシミュレーションシアターを、映画興行の低迷打開策として決定、最終的にはバーチャルリアリティーを体験できるシアターにする予定で、今回はその第1歩。新宿の地を選んだ理由は、新宿にはシミュレーション施設がないこと、東京都による「健康ランド」の建設や新宿ミラノ座の再開発など新宿の人の流れが変わりつつあることなどで、こうした一連の動きとともに新宿の町をよい方向に変えていきたいと同社では考えている。

　同シアターは新宿コマ劇場前の広場に面したビルの地下1階、以前は同社経営の映画館「新宿ジョイシネマ1」だったところを改装してつくられた。総面積は約826㎡で、改装費は外装も含めて約5億5000万円。同ビルのオーナーは同社の親会社である㈱ヒューマックス（林瑞祥社長、本社東京）。ちなみに「新宿ジョイシネマ1」は同ビル4階に移動している。

　同シアターの入口はごつごつした岩で覆われており、洞窟のようになっている。入口上部の壁には飛行機のタービンのようなオブジェがあり、時折りジェットエンジンの轟音とともに中のライトが点滅する。地下へ降りる階段の壁には

↖

▲地下へ下りていく階段の壁には白と黒の渦巻き模様が描かれており、異次元空間へ引き込まれそうな感じがする。

白と黒のツートンカラーで渦巻き模様が描かれており、異次元空間に飲み込まれていくような錯角を入場者に与えている。

くねくねと折れ曲がった階段を降りていくと、正面にカウンターがあり、入場者はここでチケットを買う（搭乗料金は1人1200円）。カウンター左側はシアターへの通路、右側は休憩所になっており、内装は海底洞窟のイメージで統一されている。シアター内が未来空間・動のイメージに対して、休憩所は自然空間・静のイメージを表現。照明は薄暗く、音楽も静かな曲を流している。また、床は古い海図を表しており、古ぼけた茶色の地の部分の上に船や地図などが描かれている。

休憩所の中央には3つのテーブルと10の椅子が置かれている他、岩石の壁2ヵ所に計18席のカウンターが設けられている。飲食は売店でホットドッグ等の販売を行なっている他は、自動販売機によるジュース類のみの販売となっている。

シアターへの通路の両サイドはシルバーメタリックの金属壁になっており、ハイテク空間を思わせる。搭乗者はまず、シアター入口のところにある待機室で搭乗に関する諸注意等の案内用ビデオ（約3分間、ヒューマックスピクチャーズ製作）を見てから、シアターに入る。

ハードは日本電子光学工業製の「ビームスキャンバス」（以下BSB、座席部分は大手油圧メーカーのカヤバ工業が下請けで製造）。BSB導入は昨年12月、コロナグループが愛知県小牧市にオープンした「タイムトラベル館」に次いで2店目。座席数48のBSBは今回のバーチャルシアターが初めて（タイムトラベル館は32席）。振動のパワーは、後頭部をぶつける人が多いというタイムトラベル館よりやや弱く設定してあるが、実際に乗った感じでは、両者の間に差は感じられず、タイムトラベル館のBSB同様、かなり強い振動パワーであるといえる。

現在上映中のソフトは、日本電子光学工業製の「スペース・スクランブル」。スペースシップによる戦闘もののソフトで、タイムトラベル館で上映されているものと同じものだが、新たに古代遺跡のシーンが登場したり、いん石や流星のシーンが一部削られるなど多少手が加えられている。上映時間は約5分。

ヒューマックスピクチャーズでは今後3～4ヵ月単位でソフトを交換していく予定だが、現在上映中の「スペース・スクランブル」

▲海底洞窟をイメージした休憩所。床の部分には海図が描かれている。

に関してはすでにタイムトラベル館で上映されていることから2ヵ月間の上映とし、8月1日より新作ソフトを導入する。次回作はまだ未定で、米社製か、日本電子光学工業から今年5月にソフト製作会社として分社した日本特殊映像製のどちらかになるという。

営業時間は平日が午後1時から午後9時、日曜・祝日が午前11時から午後9時までで、年中無休。料金は1人1200円で、渋谷の「UCCスターポート」（1600円）「MMランド」（1000円）の料金を参考に、上映時間その他を考慮して設定した。同シアターは興行場であるため、オールナイト営業もできるが、場所柄、深夜になると泥酔者が増えるのでトラブルを避ける意味で終業時間を午後9時としている。

上映は約15分に1回の割合で行なっており、開演は何時何分からというようにきっちりと定めてはいない。客層は大学生から20歳代の男女が中心で、カップルやサラリーマン、OLの仲間同士での来場が多いという。オープン後1週間の入場者数は当初予想を上回る7000人以上、初の日曜日となった6月7日にはオープン前から50人以上の行列ができ、毎回満席のフル稼動を記録した。年間売上目標額は3億～3億5000万円。

今後はよいソフトの導入はもちろん、3Dなども取り入れてシミュレーションシアターから、その名の通りバーチャルリアリティーシ

▲バーチャルシアターの内部。スクリーンサイズは3750mm×6800mm。フィルムは35mm 8パーフォレーション。座席数は48で、座席の可動範囲は前後傾±20°、左右±15°、上下動±100mmとなっている。

コラム

日娯の台湾ロケ「JAM WORLD」で海外初の「D^3－BOS」が営業開始

●連日フル稼働の人気

日本娯楽機㈱（遠藤嘉一社長、本社東京）が4月30日に台湾・台中市の新設デパート「中友百貨店」の7、8階にオープンした「JAM WORLD」は、前月号で紹介した通りの好調さを相変らず維持している。営業面積2970㎡という台湾最大規模の同ロケは、売上げ的にも台湾最大となることはほぼ間違いなさそうである。

この「JAM WORLD」が目玉とした施設の一つに、日本以外では初営業となる㈱タイトー（長谷川桂祐社長、本社東京）の2人乗り映像シミュレーションマシン「D^3－BOS」があるが、これが5月23日、いよいよ営業を開始した。

同機の同ロケでの利用料金は、1人の場合が60元（1円＝5・5元換算で330円）、2人の利用は100元（同550円）と日本の場合のほぼ半分強。最初の日曜日となった5月24日のインカムは1日1万3475元（約7万4000円）、その後1日1万6000元（約8万8000円）を越えた日もあったとのことで、実にフル稼働〝以上〟の状況である。というのも同機の1回の営業は乗り降り含めて4～5分、しかもすべて2人で利用するとしても、1日（11時間営業）のインカムは1万3200元（7万2600円）～1万6500元（9万750円）が限度であるからだ。

ちなみに同機は、日本国内では

▲常に行列ができるほどの人気の「D^3－BOS」。

アターへの移行を目指す。また、同社では同シアターをテストケースとして、状況次第では各地に同様の施設を展開していきたい意向を持っている。

タイトーの直営ロケおよび販売先ロケも含めて現在約60台が稼働中。台湾でも同機の話題性に注目が集まり、タイトーには現地業者からすでに10数件の引合いが寄せられている。しかし、ここ1年間は日娯の「ＪＡＭ ＷＯＲＬＤ」をパイロットロケーションと位置づけ外販はしない方針をとるとのことである。

なお、オープン2ヵ月目となる「ＪＡＭ ＷＯＲＬＤ」の状況だが、台湾の6月は学生の試験シーズンでありちょうど日本の2月から3月上旬の感じ。そのためロケ全体の売上げはオープン1ヵ月目には及ばないものの、メインターゲットであるファミリー客の減少は全く見られず、また「わんぱく島」や「ジャム・トレイン」「ローラーディスコ」などのメイン施設も好調に利用されており「遊園地志向を前面に打ち出した日本スタイルのロケづくりは、現地の人々に完全に受け入れられた」としている。

AMUSEMENT

イベント・内覧会

TOPICS

「'92東京おもちゃショー」

●業務用ＡＭ機多数出展

㈳日本玩具国際見本市協会主催の「'92東京おもちゃショー」が、さる6月4日から7日までの4日間、千葉県の日本コンベンションセンター（幕張メッセ）で開催された。7日のみ一般公開。

今回で31回目を迎えたこのイベント、出展社数は昨年をさらに上回り、国内１８３社に海外7ヵ国から46社を加え、合計２２９社。

幸い好天にも恵まれ、初日から入場者の出足も良好。4～6日に計3万８７４４人、7日に8万５３４１人の来場者が会場に訪れ、大変な賑いとなった。

出品の内容は盤ゲームやミニカーなどの男児向け玩具、着せ替え人形などの女児向け玩具、そしてぬいぐるみなど約3万点にも及んだ。

▲おもちゃショー会場。幕張メッセの全ホールが使用された。

今年の出展の特徴として、これまでになく商品分野が広がったことが挙げられる。また家庭用のＴＶゲームソフトは昨年と同様に高い人気を集め、ゲーム機の前には順番を待つ長い列ができていた。

ＴＶゲームと同様の長い行列ができていたのが、クレーン機の前。なかには順番待ち20分などという長蛇の列も見られ、このところのクレーン機の人気を繁栄していた。

ここ数年の玩具メーカーによるアミューズメント産業への進出は周知のとおり。今回のおもちゃショーも活発だ。シングルロケ展開

◀タカラは業務用AM機を多数出品した。

でも、ブース内にAM向けのコーナーを設けた会社も多く、その傾向はますます強まった観がある。ちなみに昨年までの同ショーでは、業務用AM機の出展が規制されていた。今年はその規制が緩くなったこともあり、多数の業務用マシンが出展され、注目された。

㈱タカラでは、この4月に新しく㈱タカラアミューズメントを設立、ロケーションの運営などを中心に、業界参入を果たした。

同社の出展で特に目を引いたのは、2台のカーニバルゲームである。

一つは「カーニバルホイール」。観覧車に乗せたぬいぐるみを輪投げで取るカーニバルゲームである。もう一つは「カーニバルショット」で、こちらはライフルで、回転するバーに紙で吊り下げられたぬいぐるみを打ち落とすというもの。両機の前には期間を通じて黒山の人だかりができており、人気が高かった。こうした大型マシンの場合、設置場所が問題だが、タカラアミューズメントの場合、自社運営のロケーションを持っているのが強み。同社では年内の導入を考えているとのことだ。また、同社人気キャラクターである『リカちゃん』をあしらった1P用クレーン機「カーニバルキャッチャーミニ・リカちゃんワクワクBOX」や2P用クレーン機「カーニバルキャッチャー」も出展、今後の展開が注目される。合わせて景品用ぬいぐるみの新製品「ドリンクポーチ」「サイボーグ009」が展示された。

玩具メーカーとしていち早く㈱バンプレストを通じアミューズメント業界へ進出した㈱バンダイ。昨年と同じくバンプレストのコーナーを設け業務用マシン、景品用ぬいぐるみの新製品を出展した。

まず、業務用ではその名もズバリ「とるとるキャッチャー」という、同社製ぬいぐるみをボディに描いた2P用クレーン機、カード払い出しタイプのプライズマシン「アンパンマンのなかよしコンサート」、一般アーケード機で反射神経ゲームの「ウルトラマンファイト」等を出展した。景品用ぬいぐるみは9月発売予定までの新製品をズラリとディスプレイした。

また、バンダイの販売会社である㈱ハピネットも出展し、シングルロケ展開をアピールした。

㈱エス・エヌ・ケイでは業務用「ネオ・ジオ」を中心に出展、今年の展示では、ハードの説明のみに終わらず、実際の店舗展開まで含めた、トータルコンサルティングに重点が置かれた。ブースには2から最大10坪までの出店例を実物展示。スペースに合わせた多様な店舗展開が可能なことを、強くアピールしていた。

花火の製造・販売をはじめ、一般玩具を幅広く手がけているマルカ㈱では、昨年6月から店頭設置

向けの小型クレーン機を販売している。クレーン市場はそろそろ頭打ちとの判断から、マシンのコンパクト化や、ぬいぐるみの質の向上といった点で、他社との差別化を図っている。また、クレーン機の人気ぶりから女性客の重要性に着目。キャラクター性と話題性を持ち、かつ女性の興味を引くということでサンリオとアイレムで共同開発した「ハローキティの恋占い」を出品。百貨店やスーパーをはじめ、書店やブティック、ファンシーショップなどを対象に販売していく。新製品としてカード払い出しタイプの「けろけろけろっぴの危機一髪」も出展。これはサンリオとテクモと同社で共同開発したもので、6月19日にサンリオ本社で発表会が行なわれる。

コナミ㈱では〝「ものを買う」から「何かを求める」へ〟をテーマに出展。ショップとアミューズメントを融合した玩具売場スペース「キッズランド」を提案していた。

㈱セガ・エンタープライゼスは玩具店の店頭向けに、志村ケンのカプセル入りぬいぐるみが当たるプライズマシン「志村ケンのだいじょうぶだぁ。ルーレットマン」を出展、目を引いた。

また、㈱エポック社やセガのブースには、㈱サンワイズ製の「ジャンケンマンかったらあげる」が出品され、人気を集めていた。同機はジャンケンゲームに勝つとバーコードバトラー用のカードを払い出すというもの。エポック社によると、同機の前に小学生の長蛇の列ができ、途中で有料にした程の人気ぶりだったという。有料にしても列は途絶えなかったそうだ。ちなみに収益はめぐまれない子供達に寄付するとのこと。

▲エス・エヌ・ケイのブース。

▲バンプレストが出展した業務用ＡＭ機。「ウルトラマンファイト」は８月発売予定の一般アーケード機。トラックボールを使ったモグラたたき風の反射神経ゲームだ。９月発売予定の「アンパンマンのなかよしコンサート」は、同社なかよしバンドとカード払い出し機構を合体させたもので、５曲から１曲を選択、曲が終了するとカードを払い出す。プライズマシンというよりカードベンダー的だ。このほかパチンコタイプの「でるでるウルトラマン」も出展した。

その他、㈱タイトー、㈱ジャレコ、㈱カプコンも出展。特にカプコンのブースでは人気のスーパーファミコンソフト「ストリートファイターII」を出展し黒山の人だかりとなっていた。また、コンシューマ・ソフト・グループも各種ソフトを出展していた。

今回のショーの新たな動きとして、海外からの出展社、特に香港、シンガポール、タイ、中国などアジアの商社のブースに、クレーン機用のぬいぐるみが展示されているのが目に付いた。香港のある商社では「用途はどのように使っていただいても結構です。日本のメーカーの下請け製造しますし、また直接、販売も行ないます」とのこと。いずれにせよ〝廉価〟が最大のセールスポイント。景品メーカー各社が同ショーに多数赴いたという情報もあり、何らかのコンタクトがあったと考えられる。

▲マルカの出展した「けろけろけろっぴ危機一発ゲーム」。

▲セガブースにて。「ルーレットマン」とサンワイズの「ジャンケンマンかったらあげる」。

コナミ、新製品「X—MEN」内覧会開催

●業界初の6人同時プレイ

コナミ㈱（西村靖雄社長、本社神戸）では、2年がかりで開発した新製品「X—MEN（エックス・メン）」の内覧会を全国の支社等で開催した。6月9日・10日に東京本社のある城山JT森ビル20階で、6月9日に大阪支店で、6月12日に名古屋、札幌、福岡の各営業所で各々催され、東京会場には、百数十名が来場した。

「X—MEH」は、米国マーベルコミックの同名漫画を元にした6人同時プレイ可能なアクションゲーム（筐体完成品）。26インチモニター2つとハーフミラーを使ったパノラマ画面でゲームが進行する。ミュータントによる特殊警備部隊「X—MEN」が、人類抹殺を目論むマグニートを倒すというストーリーで、能力の違う6人の「X—MEN」メンバーから1人を選んでゲームスタート。8方向レバー3ボタン（アタック・ジャンプ・スペシャルウェポン）の組み合わせで主人公を操作、次々に現れる7人のボスキャラを倒していく。ライフ&残機併用制。

同ゲームの最大の特徴はやはり

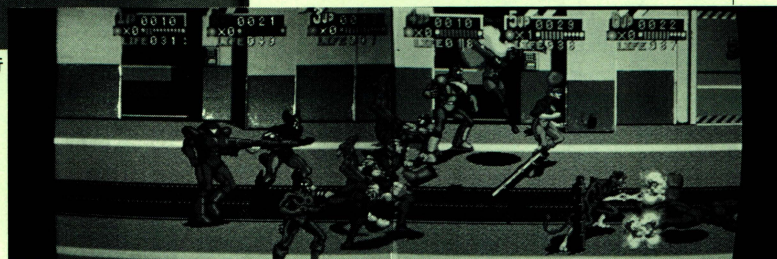
◀東京会場の様子。「リトルプロ」も展示されていた。

業界初の6人同時プレイ可能という点だろう。4Pプレイゲームに火を付けた同社が、今度は6Pに挑戦というわけである。パノラマ画面も特徴のひとつだが、同社では「ドーミーJr.」筐体よりスピーカー部のサウンドクォリティを上げる作業に着手しており、同ゲーム筐体上部のスピーカーからは、ステレオ感覚あふれるサウンドが流れ出て臨場感を高めている。

ところで、「X－MEN」の原作は米国においてかなりの人気を集めており、TVアニメ化も決定した。コナミでは、米国で2月頃から同機を発売したが、その人気を裏付けるように大ヒット。米国業界誌のチャートでも、完成品部門でトップに輝いている。週に2000ドルのインカム（1日・3万5000円前後）があるそうだ。

「X－MEN」は6月24日発売で、標準小売価格125万円。米国並みの人気を集め、6Pプレイが普及するかどうか楽しみなところだ。

なお、7月中旬に2P用基板、4P用基板の発売が予定されている。

▲「X－MEN」。幅1370mm、奥行1780mm、高さ1934mm。重量200Kg。消費電力200W。写真は試作品筐体。

▲ナナオ製26インチモニター２つとハーフミラーを使ったパノラマ画面。BGMの乗りが良く、画面展開もスピーディ。操作も容易で、コナミでは「キャラものというよりストレス発散型のマシンとして売り込みたい」としている。

AMUSEMENT

新会社・移転・人事等

TOPICS

大手玩具メーカーのタカラ、日本ユニカを合併・吸収し、AM事業に参入

●新会社タカラアミューズメント4月1日スタート

大手玩具メーカーの㈱タカラ（佐藤安太社長、本社東京）は、この度、有力オペレーター会社日本ユニカ㈱（篠岡信雄社長、本社東京）を吸収・合併。新会社㈱タカラアミューズメントを発足させると発表した。営業開始日は4月1日。

新会社の資本金は17億7500万円。代表取締役社長には㈱タカラの佐藤安太社長が兼任の形で就任し、旧日本ユニカ㈱の篠岡信雄社長が代表取締役副社長に就任している。

業務の柱となるのは、今のところ、旧日本ユニカが行なってきたロケーション運営事業を引き継ぎ発展させる施設事業（施設開発部、施設業務部、施設運営部の3つが担当）と、業務用の景品や機器を担当する機器事業の2つ。今後は、現在機器事業部で担当している業務用機器の開発や、ロケーション運営の企画などをソフト事業部門として独立させ、3つ目の柱となるよう育てていく予定である。

ロケーションの運営に関しては現在までに旧日本ユニカが運営してきた9店舗の引き継ぎを終え、更に新ロケーションとして、兵庫県高砂市にある西友高砂店に、4月1日、屋内ロケ「メルヘンランド高砂」をオープンしている。

今回の合併・吸収の狙いについてタカラでは、「当社は玩具の製造及び販売を業務の中心としているが、昨今、出生率の低下、価値観の変化、興味の多様化など、子供を取りまく状況が変化している。そうした状況に対応すべく、当社では子供に関することは何でもやりたいと思っている。ロケーションの運営もその1つ。AM施設は年齢の幅無く楽しんでもらえる素晴らしい施設だが、あいにく当社にはそのノウハウがなかった。そうしたことが今回の合併・吸収に繋った」と語っている。

今後のロケーション展開としては、「これまでの商品にファミリーを意識したものが多かったことや、長い時間をかけて培ってきたキャラクター商品のノウハウを生かすということから、SCロケを中心に展開していく構え」である。具体的には年内に20店舗を新しくオープン。94年には100店規模にまで拡張、売上200億を目指すとのこと。

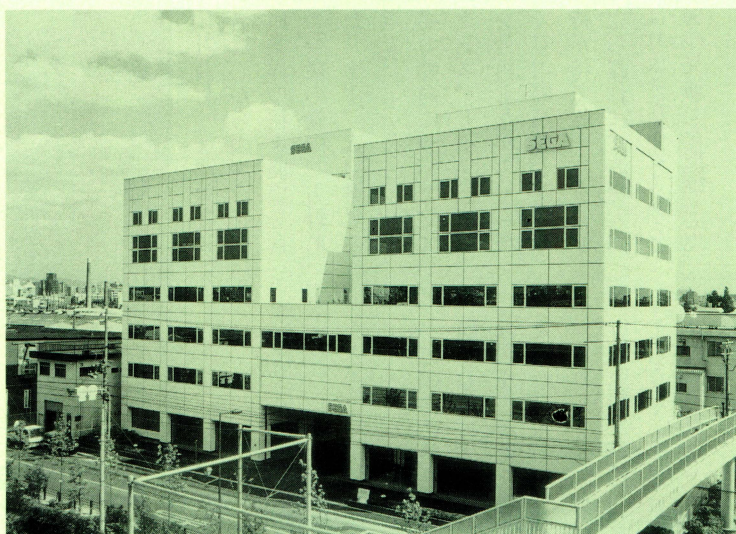
尚、新会社の住所は以下の通り。

《㈱タカラアミューズメント》
（住所）東京都台東区浅草1の10の2YSービル
（TEL）03(5828)5311

セガ、関西支店新社屋完成

●鉄骨6階建、超モダンなツインビル

㈱セガ・エンタープライゼス（中山隼雄社長、本社東京）では、関西地区の業容拡大、販売力強化のため、かねてから建設中の関西支店・新社屋がこのたび無事完成の運びとなった。

↖

▲完成なった関西支店新社屋ビル。

完成なった新社屋は、敷地面積1956・4㎡、建築面積908・72㎡、延床面積4534・44㎡、鉄骨6階建（塔屋1階部分が付帯しているため、外観上は7階建）の近代的な建物。外壁はホワイトで統一、事務所棟と倉庫棟からなるツインビル。1階ロビー部分は吹き抜けでゆったりとしたスペースで、両棟の中央連絡部分の3階、4階部分は、食堂とルーフガーデン。

事務所棟の1階は受付・ショールーム、商談コーナー、応接室、2階は支店長室・支店管理課、AM施設西日本営業本部、3階はAM機器事業本部、コンシューマ統括本部、HE/TOY事業部・P・C事業部、サービスセンター、4階はAM施設事業本部（関西地区）地区開発、奈良・大阪北・大阪中央・堺各営業所、西日本開発室、5階は大会議室等、6階は研究開発部。倉庫棟は1階は商品センター・パーツルーム、商品発送・荷受所、守衛室、2階はSHOP（補修修理室）、3階から上は倉庫。

工期は、昨年5月8日に着工、今年4月30日の完成で約1年。旧関西支店の敷地内に建設したもので、立体駐車場（30台収容可能）も付備している。

5月22日には、完成なった新社屋において、その竣工披露パーティーが、業界関係者約180名を招き盛大に催された。

定刻の正午を少し回った頃、同パーティーは中山社長の挨拶で始

竣工披露パーティーにて

まった。中山社長は、まず竣工に際して出席者に心からの謝意を表した後、ＡＭ業界の将来展望を含めて、同社の今後の動向、方針について語った。まず、ＡＭ業界の取り巻く環境、特にコンシューマーの欧・米市場の動向について、スペイン、フランス、ドイツ、イギリスの現状を分析しながら、「現在、ヨーロッパ市場が最も安定しており、期待が持てる」「アメリカも景気が立ち直れば、消費大国の国柄、やはり大きな市場である」との海外市場の見通しを披瀝した。

一方国内については、「バブルが崩壊して日本経済の不況は、政府は底を打ったと言っているが、企業破産が多く深刻である。また、かなりバブルの付けが表面化していない部分もあり、景気は底を打っても今年いっぱいは、その後遺症が続くのではないか」と前置きして、「しかし、不況下において、ＡＭ業界は好調さを維持しており、特にＡＭ施設の売上げの伸展は堅調である。例えこの伸びが止まったとしても、従来より高い水準で止まっていれば、好調さは持続できる」と将来に対しての明るい見通しを予測した。

また、同社の今後の動向については、ＡＭ業界の好調さを維持するため、様々な対応をもって業界に貢献して行く旨を表明。特に「ＵＦＯキャッチャー、ワールドダービーに匹敵するような新製品を来年後半には発表できる」点を明らかにした。また、国内のコン

▲パーティー会場風景。

▲来賓挨拶のコナミ菱川社長

▲挨拶するセガ中山社長

▲中締めの挨拶をするセガ小形常務

▲施工関係者を代表して挨拶する日産建設鎌田社長

▲乾杯の音頭をとる大阪大物玩具(協組)森相談役

シューマー市場についても、欧・米での同社の成功例を上げ、「日本においても、この自信が大いに機能して行くと思う。期待してもらいたい」と語った。

最後に、「今期は、売上げ２、８００億円、利益４２０～４３０億円を目差して努力して行く。利益は業界のため、皆さん方のために還元して行く」と語り、協力を仰いで締め括った。

続いて来賓を代表して、コナミ㈱の菱川文博社長が挨拶。また、祝電披露の後、今回の新社屋の設計、施工に当った日産建設㈱の鎌田勲社長等、施工関係者に中山社長から感謝状と記念品が贈呈され、鎌田社長からお礼の挨拶が行なわれた。乾杯の音頭は大阪大物玩具問屋協同組合の森清一相談役がとり、会場は祝福の波に埋まった。

その後、会場のあちら、こちらに談笑の輪が広がり、同パーティーは終始なごやかな雰囲気で推移し、最後に小形武徳常務より中締めの挨拶が行なわれ、散会となった。

本社・事務所移転

■コナミ㈱（西村靖雄社長）では、スペースが手狭になったため、**東京本社**を左記住所に移転。６月１日より業務を開始した。なお、東京神田の元本社事務所には開発部、東京サービスセンターが残される。

〈新住所〉
〒１０５
東京都港区虎ノ門４丁目３番１号
ＴＥＬ０３（３４３２）５６７８（代表）
ＦＡＸ０３（３４３２）５６７９

■㈱シグマ（真鍋勝紀社長）では、業務の効率向上を図るため、東京・渋谷区千駄ヶ谷の事務所と渋谷区渋谷の本社事務所を一本化し、左記住所に本社を移転する。移転日、新電話番号等は以下の通り。

〈新住所〉
東京都渋谷区東３—14—15
〒１５０
ＴＥＬ０３（３４８６）２８４１（代表・従来通り）

〈移転日〉
ＡＭ機器事業本部　６月27日
監査室、社長室、経営企画室、総務本部、財経本部（情報システム部）、ＡＭ施設事業本部　７月25日
財経本部（経理部、財務部）　８月８日

〈各部直通電話番号〉
監査室
０３（３４８６）０９０１（従来通り）
社長室
０３（３４８６）５０４１（従来通り）
経営企画室
０３（５４８５）１０５５（従来通り）
総務本部（本社大代表）
０３（３４８６）２８４１（従来通り）
財経本部
・経理部
０３（３４８６）６５４２（従来通り）
・財務部
０３（３４８６）２８３１（従来通り）
・情報システム部
０３（３４８６）１９４１（新規）
ＡＭ施設事業本部
０３（３４８６）２８５１（従来通り）
ＡＭ機器事業本部
０３（３４８６）５７１１（変更）

■㈱セガ・エンタープライゼスが現地法人と共同で台湾に設立した**世雅育楽股份有限公司**（駒井徳造社長）の住所が６月４日より変更となった。新住所は以下の通り。ちなみに同社では設立以来、現地のセガ社コンシューマ事業部内に仮事務所を置き業務を行なっていた。

〈新住所〉
台北市復興北路１号５楼之３
ＴＥＬ（０２）７４１—３７６０（代表）
ＦＡＸ（０２）７４１—３７６５

■ナビス産業㈱（吉村恒次郎社長）では、このたび左記住所の所有地に本社を移転し、６月15日より業務を開始した。新社屋の住所は左記の通り。なお、大阪支店は従来通り。

〈住所〉
大阪府堺市草部１１９番３号
〒５９３
ＴＥＬ０７２２（７２）５９３３
ＦＡＸ０７２２（７２）５９３４

営業所新設

■㈱エス・エヌ・ケイ（川崎英吉社長、本社大阪）では、郡山および鹿児島地区に新営業所を開設する。業務開始日、住所等は以下の

通り。

郡山営業所（6月15日オープン）
福島県郡山市富久山町八山田字三ッ担18番地293
〒963
TEL0249（38）3830

鹿児島営業所（7月1日オープン）
鹿児島県始良郡始良町東餅田2346番地
〒899—54
TEL0995（67）1030

電話番号変更

■**眞砂工業㈱・キッズファクトリー事業部**（住所・千葉県東葛飾郡沼南町沼南工業団地）では、5月より左記に電話番号を変更している。住所は従来通り。
TEL0471（93）5888
FAX0471（91）4129
（FAXは従来通り）

改組

■**㈲ママトップ**（安本彰雄社長、本社静岡）では、6月中旬、株式会社に改組、**株式会社ママトップ**に社名を改めた。尚、資本金等は従来通り。住所、連絡先の変更はない。

機構改革ならびに人事異動

■**㈱シグマ**（本社東京）では、6月1日の新事業年度への移行を機に、組織効率の向上を目的とした機構改革を実施。左記の通りの役員人事、人事異動をあわせて発表した。

〈機構改革〉
(1)営業事業本部、営業サービス本部、営業開発本部を統合し、「AM施設事業本部」とする。
(2)販売本部、生産本部、企画開発本部を統合し、「AM機器事業本部」とする。
(3)総合企画室を経営企画室に統合する。
(4)秘書室を社長室に統合する。
(5)技術本部を「技術センター」に名称変更する。

〈人事〉　（　）内は旧
代表取締役社長　AM施設事業本部担当（代表取締役社長）　真鍋　勝紀
専務取締役　AM施設事業本部担当（専務取締役　技術本部担当）　波岡　護
専務取締役　財経本部長（専務取締役　総務本部・財経本部統括担当）　金田　操
常務取締役　総務本部長（常務取締役　総合企画室長）　駒井　修
常務取締役　AM施設事業本部担当（常務取締役　営業事業本部・営業サービス本部・営業開発本部統括担当）　熊谷征太郎
常務取締役　AM機器事業本部長（常務取締役　販売本部・生産本部・企画開発本部統括担当）　小野寺輝夫
取締役　社長補佐（取締役　社長室長）　萩原　敞
取締役　財経本部副本部長兼社長室長（取締役　財経本部副本部長）　宇佐田紀茂
取締役　AM機器事業本部副本部長（取締役　総務本部長）　中山　尚彦
AM施設事業本部長（営業事業本部長）　熊谷　寛

役員人事

■**㈱セガ・エンタープライゼス**（中山隼雄社長、本社東京）では、平成4年6月26日付けで以下の役員異動を行なうと発表した。同日開催の株主総会を経て正式に決定される。

（敬称略）
（　）内は旧

〈昇格取締役〉
専務取締役　小形武徳
（常務取締役）
専務取締役　内藤経雄
（常務取締役）
常務取締役　八木国勝
（取締役）
常務取締役　田子林七
（取締役）

〈新任取締役候補〉
取締役AM施設事業本部東日本営業事業部長　舟越肇
（理事AM施設事業本部東日本営業事業部長）
取締役アミューズメント開発設計本部長　倉澤申
（理事補アミューズメント開発設計本部長）

〈退任予定取締役〉
（取締役）　岩田魏

■**㈱ナムコ**（中村雅哉社長、本社東京）では、この度役員の人事移動を左記の通り発表した。6月26日開催の株主総会及び取締役会を経て決定される見込み。

（敬称略）
（　）内は旧

〈昇格取締役〉
代表取締役副会長　真鍋正
（代表取締役）

常務取締役研究担当　中村繁一
（取締役研究担当）
常務取締役販売担当　猿川昭義
（取締役販売担当）
常務取締役営業担当　高木九四郎
（取締役営業担当）
〈新任取締役候補〉
取締役　遠藤勝利
（㈱イタリアントマト代表取締役社長）
取締役経営企画室長　藤井誠一郎
（顧問・経営企画室長）
取締役経理部長　田中慶次
（経理部長）
取締役営業一部長　廣田清一
（営業一部長）
〈新任監査役候補〉
常勤監査役　久禮田俊明
（嘱託）
〈退任予定取締役〉
（取締役海外事業担当海外事業部長兼務）　市瀬龍雄
〈退任予定監査役〉
（非常勤監査役）　山内一

■㈱カプコン（辻本憲三社長、本社大阪）では、この度左記の役員の人事移動を発表した。この人事は6月26日の株主総会を経て正式に決定される。

（敬称略）
（　）内は旧

〈新任監査役候補〉
常勤監査役　來栖三郎
（顧問）

■㈱友栄（内田博社長、本社東京）では、6月11日付で、左記の人事を発表した。

（　）内は旧

取締役遊戯部長（遊戯部長）　林　裕通

■㈱バンプレスト（杉浦幸昌社長、本社東京）では、5月22日開催の定時株主総会並びに取締役会において、同社の組織の充実と機構の拡大を図るため、役員の昇格、増員を含めた新役員人事を次の通り決定した。

（新役員人事）
代表取締役　杉浦幸昌（重任）
専務取締役マーケティング本部担当　安田則雄（昇任）
専務取締役ロケ事業担当　星　和弘（昇任）
常務取締役ビデオゲーム事業部及び教育担当　東喜三郎（昇任）
取締役AM事業部長　吉田　明（新任）
取締役管理本部長　岡崎　毅（新任）
取締役ロケーション事業部副事業部長兼版権管理室長　大森誠之（新任）
取締役経理部長　根本忠正（新任）
監査役　城川敏雄（重任）

訃報

㈱タニガワ長谷川満男社長の夫人文子さんが、6月6日午前4時に死去。享年58歳。

6月8日午後7時より通夜が、また、翌日9日午前11時30分より告別式が、光善寺（埼玉県越谷市）において、夫々しめやかに取り行なわれた。ここに謹んで故人のご冥福をお祈り申しあげます。

関連ニュースダイジェスト

台湾・台中県に大レジャーランド 800億円投じ民活方式で

（『日本工業新聞』5・26）

台湾最大のレジャーランドとなる「月眉育楽区」の建設がこのほど本決まりとなり、29日に政府による公開建設入札が行なわれる。総面積約200ha、建設費約150億元（約800億円）の超大型プロジェクトだけに日本を含む多国勢も参入を狙っており、受注に向けて激しい競争が繰り広げられそうだ。

「月眉」は台中県月眉地区に国営・台湾糖業が保有する土地を活用し、10年後の全完成を目指して民活方式で台湾最大規模の総合レジャーランドを造ろうというもの。国家建設6ヶ年計画の対象事業にも織り込まれる予定で、台湾政府が目指す「豊かな生活づくり」のための目玉プロジェクトのひとつとされている。

建設に当たっては1期から3期に分けた計画が打ち出されており、今回の入札分は第1期工事（テーマ区）が主体。建設費は50億元程度となっている。

経済部（通産省に相当）は、入札で外国企業を排除しない方針を示しており、レジャー施設の建設で豊富な経験を持つ日本をはじめとする外国企業が落札する可能性もあるとみられる。

多摩テックにCS課 接客マナーなど講習会

（『日経流通新聞』5・28）

遊園地の多摩テック（東京都日野市）を経営する鈴鹿サーキットランドはCS課を新設、顧客満足度（CS）向上運動を始めた。従業員を対象に接客マナーの向上、遊技施設運営時の安全確保などをテーマに講習会やキャンペーンなどを実施する。

CS運動では遊技施設運営時の顧客の安全確保を徹底する。多摩テックは顧客が自分で運転するカート型の遊技施設が多く、「安全に施設を楽しんでもらうことが最大のCSになる」(同園)という。

指差し確認、乗り物同士の追突防止、乱暴な運転をする顧客の静め方などを研修を通して指導する。

また従業員の接客マナーを講習会やキャンペーンにより充実させる他、従業員のCS運動の実行状況をチェックする。

他社が顧客サービスの充実に力を入れていること、同園の顧客はリピーターが約6割を占めることなどから一層の顧客増を図るためにCS向上が不可欠と判断した。

志摩スペイン村、シンボルマーク テーマパーク名称決まる

（『日本工業新聞』6・1）

近鉄グループが三重県磯部町に建設を進めている複合リゾート「志摩スペイン村」のテーマパークの名称とシンボルマークが決まった。名称は「パルケエスパーニャ」で、「パルケ」はスペイン語で公園の意味。シンボルマークはフラメンコの踊り子をモチーフとし、同パークを構成する都市、大地、海、祭りの4エリアをダイナミックな曲線で表現した。制作はバルセロナオリンピックのシンボルマークをデザインしたスペインを代表するデザイナー、ホセ・マリア・トリアス・フォルク氏。

同パークは広さ34haにスペインの町並みを再現するもので、総事業費は600億円。平成6年4月にオープンする予定で年商300万人の入場が見込まれている。

米MCA、複合施設を開設 ロスのテーマパーク隣

（『日経流通新聞』6・9）

米MCAは今年11月にもロサンゼルス郊外の「ユニバーサル・スタジオ」の隣接地に、大型飲食・ショッピング街の「ユニバーサル・シティーウォーク」を開設する。敷地内には、同社を買収した松下電器産業も家電製品のショールーム出店を計画している。

「シティーウォーク」の総敷地面積はこれまでのテーマパークなどを含めて約1・7㎢で、商業ゾーンには約40店舗のレストラン、ナイトクラブ、専門店が出店する。魔術師のライブショーが売り物の「ウィザーズ」など南カリフォルニアを代表するレストランが出店契約している。MCAは「総小売り床面積の75％が賃貸契約済み」と話している。商業ゾーンの建設費は約1億ドル。また、新しい趣向を凝らした映画館も開設。座席を前後左右上下に動かすことによって乗り物に実際に乗っているような疑似体験ができる。

ユニバーサル・スタジオには、音楽ホール、18の画面がある映画館が併設されており、入場者は年間800万人余り。MCAではシティーウォークの開園で「年間入場者数は1000万～1100万に達する」と見込んでいる。

愛ディアYOUモア

BANPRESTO

バンプレストは
バンダイグループの一員として
アミューズメントゲームの開発にあたっています。

BANPRESTO
island

子供たちの夢・・・・宝島。

夏休みには、ワクワクする冒険と、ドキドキのスリル、見たこともない財宝が待っている、そう宝島。子供たちに　そんな宝島を提供したい。それがバンプレストの願いです。

株式会社バンプレスト
東京都台東区駒形1-4-14 〒111
バンダイ第3ビル
PHONE：03-3847-5161（代）

愛ディアYOUモア
BANPRESTO

Happi net 夢マーケティング 株式会社ハピネット

とるとるキャッチャー
景品用ぬいぐるみ

きんぎょ注意報！2
7月発売予定

CEBU ANIMALS
7月発売予定

カラフルゴジラ
7月発売予定

うる星やつら
8月発売予定

仮面ライダー2
8月発売予定

ガメラ 8月発売予定

CBキャラ永井豪ワールド2
8月発売予定

ルパン三世
9月発売予定

夏の子供のための元気なラインナップ！

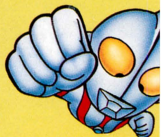
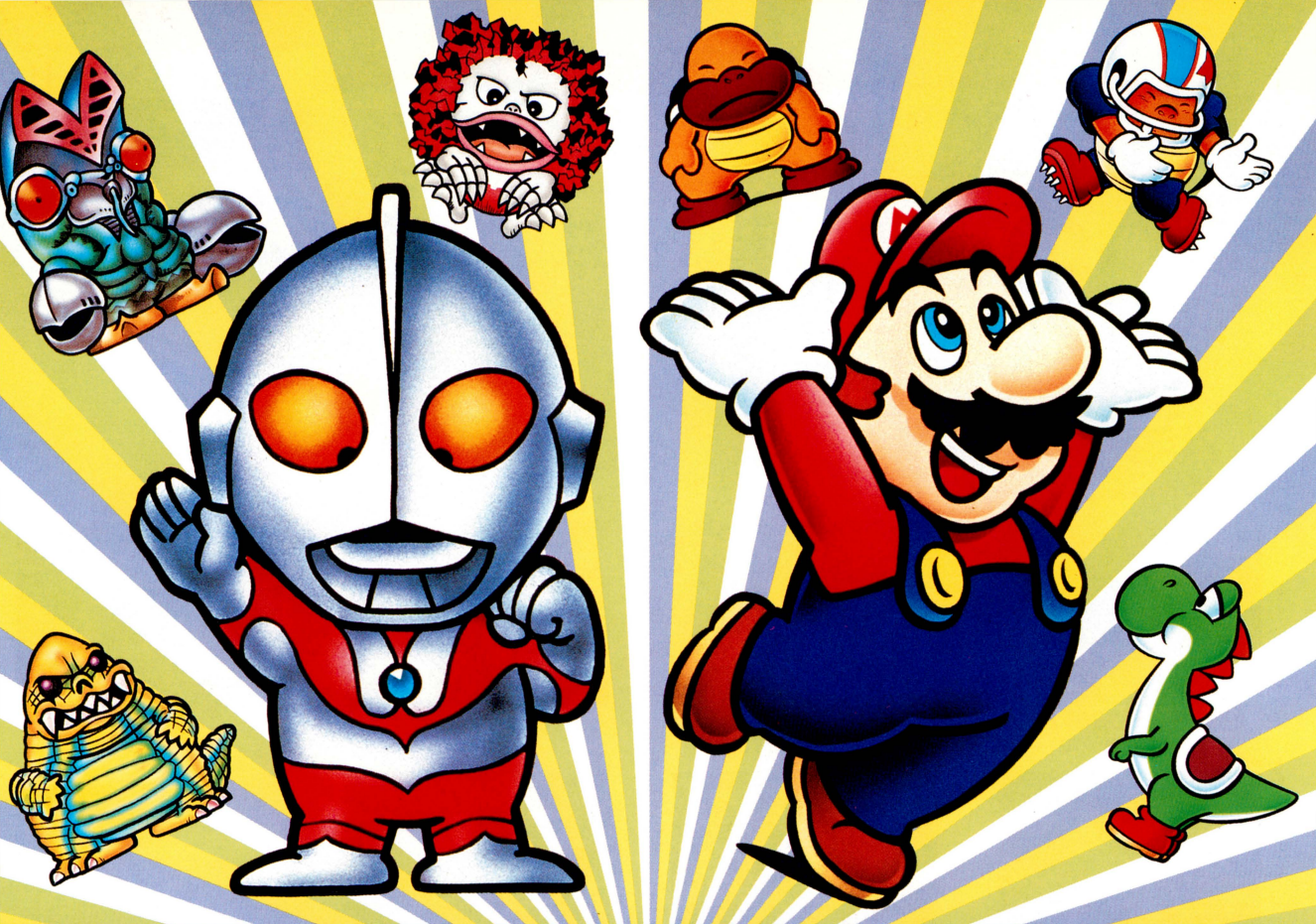
ひょうたん島の大冒険！
すごろく感覚のメダル機登場！

SDガンダムトリプルアタック
絵柄を3つそろえろ！

なかよしうらない
タッチセンサーで占いムード満点！
みんなのたあ坊　ハローキティ　ケロケロケロッピ

ピカピカマリオ

ピカピカウルトラマン
大型パネルで迫力満点！

Happi net 夢マーケティング 株式会社ハピネット
AM事業部AM1部 〒130 東京都墨田区業平1-5-8 サンライン第49ビル5F
Tel 03-3623-8271 FAX 03-3621-1968
AM事業部AM2部 〒577 大阪府東大阪市楠根1-6-12
Tel 06-746-2950 FAX 06-746-6809

ャラクターです！

不滅のヒーローウルトラマン、みんなの人気者マリオが、

大型パネルで新登場!!

ウルトラマン倶楽部 ©円谷プロ

ピカピカウルトラマン

SUPER MARIO WORLD SUPER MARIO BROS.4

スーパーマリオワールド

ピカピカマリオ

©Nintendo

遊び方

- お金を入れてスタートボタンを押すとランプが動きはじめるぞ！
- 3つのストップボタンを1つずつ押して、ランプを順番に止めてね。
  ランプの止まった位置によってカードがもらえるよ！

☆3つとも同じキャラクターなら1枚。
☆3つともマリオ（ウルトラマン）なら3枚。
☆2つがマリオ（ウルトラマン）ならもう1度プレイ。

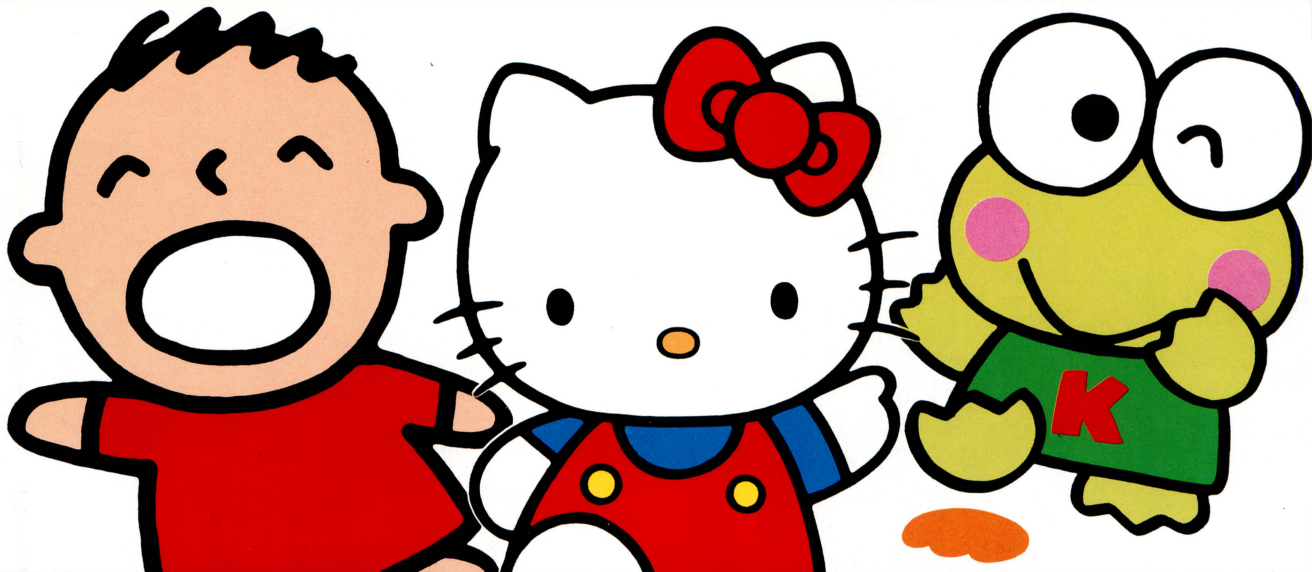
仕様・外形寸法

奥行 335㎜　幅 440㎜　高さ 1360㎜　重量28kg
消費電力30W　入力電圧AC100V50/60Hz　〒91-46569

発売元 株式会社バンプレスト
東京都台東区駒形1-4-14 〒111
バンダイ第3ビル　AM事業部
PHONE：03-3847-5164

愛ディアYOUモア

BANPRESTO

バンプレストは
バンダイグループの一員として
アミューズメントゲームの開発にあたっています。

人気の秘密はキ

なかよしうらない

かわいい友達、
サンリオキャラクターが
占い機になって新登場!!

遊び方

- お金を入れるとキャラクターの絵が回りだすよ。
- クリスタルドームに手をあてて、あなたのパワーでストップさせてね。
- アタリマークが出ると1枚、大アタリマークが出ると3枚カードがもらえるよ。
- ゲームが終わったら1度手をはなしてね。

仕様・外形寸法

奥行き　360㎜　●幅　310㎜
●高さ　1337㎜(アイキャッチ含む)
　　　　1087㎜(アイキャッチ含まず)
●重量　23.5㎏　●消費電力　40W
●入力電圧　AC100V50/60Hz　●▽　91-45413

※商品改良のため、仕様等は予告なく変更する場合がありますので、ご了承下さい。

みんなのたあ坊　ハローキティ　ケロケロケロッピ

愛ディアYOUモア

BANPRESTO

バンプレストは、
バンダイグループの一員として
アミューズメントゲームの開発にあたっています。

新感覚の
すごろくゲーム
スロットをまわして
スタートだ！

スロットの絵柄が
3つそろうと
ゴールドメダルも
プレゼント！

ひょっこり
ひょうたん島

ひょうたん島の大冒険！

あそびかた

- お金かメダルを入れて
スタートボタンを押し
てください。
（メダルは3枚まで入ります。）
- ストップボタンを押す
と、ルーレットの数だけ
ランプが動きます。
- ハカセ、トラヒゲ、ガバチョ
に止まるとメダルが
もらえます。

仕様・外形寸法

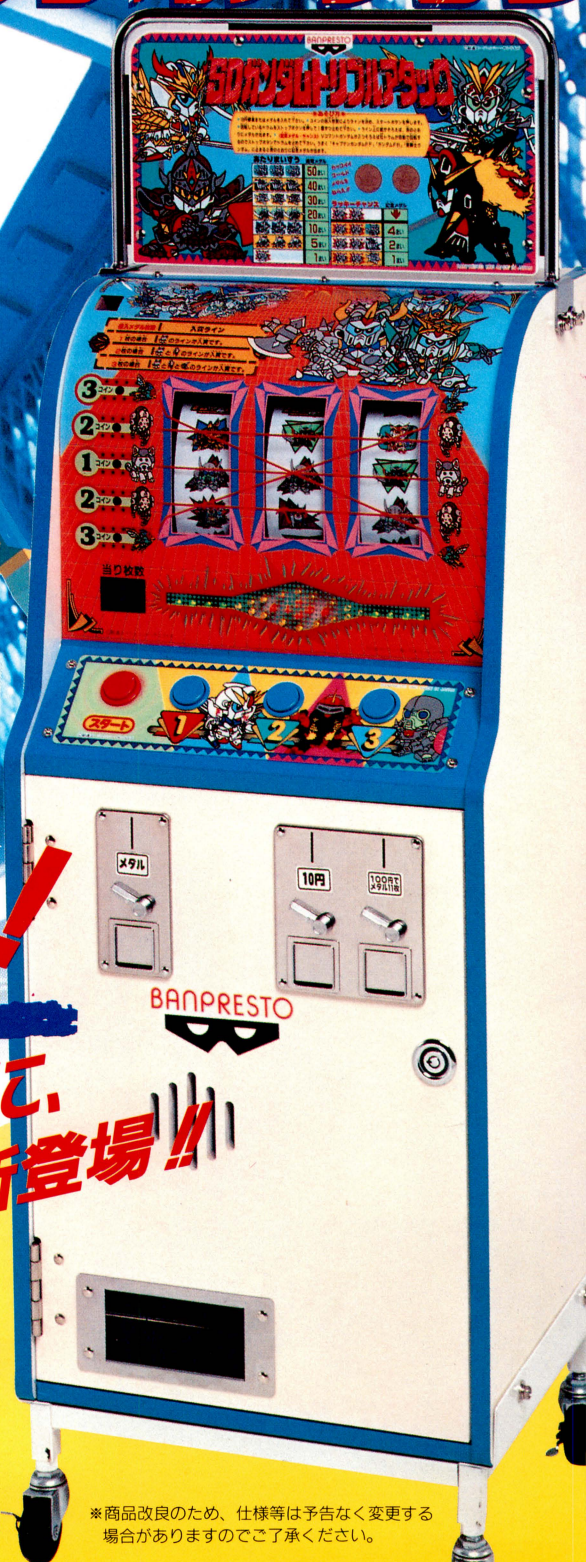
奥行	405㎜
幅	400㎜
重量	33㎏
高さ	1160㎜ （アイキャッチ含む） 1000㎜ （アイキャッチ含まず）
入力電圧	AC100V50/60Hz
消費電力	60W

㊦ 電取り申請中

SDガンダムトリプルアタック

©創通エージェンシー・サンライズ

人気急上昇！

トリプルアタックに、SDガンダム新登場!!

あそびかた

- １０円硬貨またはメダルを、いれてください。
- コイン投入枚数によりラインの数をきめられます。
- ライン上にうまく絵がそろえば〝当り〟です。

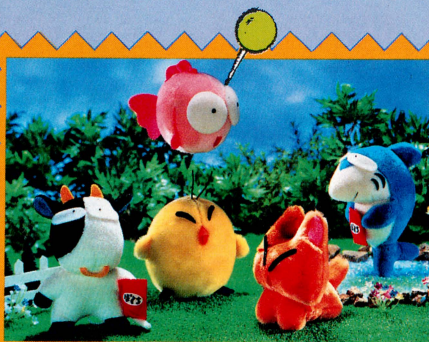
仕様・外形寸法

奥行	355mm
幅	400mm
重量	35kg
高さ	1300mm（アイキャッチ含む）
	1075mm（アイキャッチ含まず）
消費電力	60W
入力電圧	ＡＣ100Ｖ50/60Ｈz
	外部電源方式

※商品改良のため、仕様等は予告なく変更する場合がありますのでご了承ください。

発売元 株式会社バンプレスト
東京都台東区駒形１－４－１４ 〒11
バンダイ第３ビル AM事業部
PHONE：03－3847－516

新

の大行進!!

きんぎょ注意報！2

©猫部ねこ・講談社・テレビ朝日・東映動画

7月発売予定

振ると鳴くぎょぴちゃんと、ポテチを持った愉快な仲間たち。女の子には大人気です。

カラフルゴジラ

©東宝・東宝映画

7月発売予定

カラフルでサラサラの生地が、ゴジラをカワイイ怪獣にしました。

仮面ライダー2

©石森プロ・東映

8月発売予定

仮面ライダー3人に、懐かしの大幹部死神博士までも登場！

登

うる星やつら

©高橋留美子/小学館・キティ・フジテレビ

8月発売予定

男の子も女の子も好きなのが「うる星」。

ガメラ

©大映

8月発売予定

ゴジラと双璧をなす大怪獣ガメラがついに登場。

CEBU ANIMALS

©ZAMUSE

7月発売予定

材質だけじゃない！デザインにもこだわり続ける！ぬいぐるみに夏の興奮を！

ルパン三世

©モンキーパンチ/TMS・YTV・NTV

9月発売予定

ワルサーP38、斬鉄剣、粋な小道具にもすべて徹頭徹尾こだわります。

CBキャラ永井豪ワールド2

©ダイナミック企画

8月発売予定

懐かしの永井豪のキャラクターがCBで登場。年齢層を選びません。

場

発売元 株式会社バンプレスト
東京都台東区駒形1-4-14 〒111
バンダイ第3ビル　AM事業部
PHONE:03-3847-5164

愛ディアYOUモア

BANPRESTO

バンプレストは
バンダイグループの一社です。

とるとるキャッチャー
―景品用ぬいぐるみ―

夏の暑さにも負けずこだわりたい！
1992夏！人気キャラクター

1 ナイロン・タフタ生地
パラシュートに使う素材で、サラサラした肌ざわり。夏っぽいゴジラたちです。

2 小道具
キャラクターの小物を1つ1つこだわりをもって作りました。

3 吸　盤
車のウィンドーガラスに〝ペタ〟吸盤付きのヌイグルミです。

4 笛付き「ぎょぴちゃん」
振ると〝ピューピュー〟ぎょぴちゃんの鳴き声が。笛付きのヌイグルミです。

ウシさん、サメさんは、ポテチを持ってるよ！

特報 1 業界誌紙共同インタビュー

業界発展のため、グローバルな視野に立って協会運営を目差す。

―中山隼雄ＪＡＭＭＡ新会長、今後の抱負を語る―

6月3日、ＪＡＭＭＡ新会長に就任（5月13日）間もない中山隼雄氏（㈱セガ・エンタープライゼス代表取締役社長）の業界誌紙4社による共同インタビューが、セガ本社において行なわれた。共同インタビューは、ＡＭ業界の将来展望を含めた協会運営の方向性や諸々問題に対し、前半部分は中山氏の基本的な考え方の話しを中心に、また後半部分は出席4社による質問形式で進められた。

本稿では、中山新会長体制のもとで推進される協会活動の方向性を模索する意味から、その内容の要約をまとめて掲載した。なお、当日の出席は、弊社の他にアミューズメント通信社、コインジャーナル、日刊工業新聞社の各社。

▲中山隼雄ＪＡＭＭＡ新会長。

今こそグローバルなワールドワイドな考えで

ＪＡＭＭＡの新会長に選任され、責任の重大さを痛感しております。

今後の協会活動を考える場合、ＡＭ業界が将来的にどのような方向性をたどるのか、また、グローバリゼーションの中で小型ＡＭビジネスをどのように捉えて行くか、と言った2つの認識を根底にしっかりと捉えて考えて行かなくてはならないと思います。

現在、小型ＡＭビジネスは不況下において、順調に伸展しております。しかし、この順調なＡＭ施設が今後共、コインオプ機器主体の施設の範囲で留まっているのか、将来的にはもっとハイテク・ミニテーマパーク的な範囲にまで移行するのか、その辺の見極めを付けなくてはなりません。もともとＪＡＭＭＡの原点は業務用（コインオプ機器）から出発したことは言うまでもありません。しかし、その後の業界の発展、拡大に伴い、コンシューマー機器やミニテーマパーク等への対応の大型シミュレーション機器等も扱うなど、業態も大きく変化して来ております。

これ等の問題をＪＡＭＭＡ内部だけに留めて置かず、関係団体を含めて十分討議しながら、今こそＡＭ業界の進むべき正しい方向について、業界全体のコンセンサスが必要ではないでしょうか。

また、我が国では小型ＡＭビジネスが順調に発展している要因に社会的な認知が大きく寄与している点も見逃すことは出来ません。確かに風営適正化法は、現状、矛盾点も多く、是正してもらわなくてはならない点も多多ありますが、プラスの側面もあったと思います。一つのビジネスが社会的に認知されることは、業界の健全な発展にとって重要なファクターだと思います。欧米では、この社会的な認知度が低く、現在の日本との大きな差となっております。

また、小型ＡＭビジネスは世界的な規模で伸展しております。同時にコピー問題を含めて諸々の問題も国際的な問題として現出しております。

今こそ、ＪＡＭＭＡとしてはワールドワイドな視野から、世界のＡＭビジネスを確立するために貢献すると言った姿勢が強く望まれている時代ではないでしょうか。

会員相互の理解が得られる協会活動を

　これ等の問題に対応して行くため、現在、ＪＡＭＭＡの協会活動の基本的な推進母体である、部会・委員会は再編成して、時代のトレンドに敏感で、しかもグローバルなフレキシブルな姿勢で協会活動を推進して行きます。

　具体的には、①会員相互の交流を大切に、コミュニケーション確立のための場を積極的に提供して行く。例えば会員全体の親睦ゴルフコンペの開催、また、総会やＡＭショーの際に会員のためになり、大いに喜んでもらえるような催事等の具体的推進②通産省や警察庁等当局とのコミュニケーションの円滑化。特にＪＡＭＭＡ会員が開発・製造している機械は大部分が風営対象機であるわけで、国の認可事業（免許事業）を推進しているという認識のもとに当局とのスムーズなパイプの確保に積極的に働きかけて行く。そして業界の実情はもとより、新しい対応の流れや、問題点の理解促進に努める③ＡＯＵ、ＪＡＰＥＡ等の関係団体は勿論、周辺団体との交流を図りながら、ＪＡＭＭＡの進むべき方向を模索して行く④広報活動を積極的に推進して行く。特に会報を年3回位発行して、会員の意見を反映すると共に、会員相互のコミュニケーションに役立たせて行く⑤国際化問題や将来の方向を模索するための研究会を催し、積極的に会員に参加を呼びかけて行く。

中山会長とのＱ＆Ａ

――ＪＡＭＭＡ協会活動の基本となる部会・委員会の再編成については。

中山　現在、正副会長会議で基本構想がまとまり、次回理事会（7月1日）で検討して、正式に決定して行く運びです。

　ＪＡＭＭＡには、これまで種々の部会・委員会がありました。しかし、あまり機能していないものもありましたので、現状に即応した形で整理統合するなどの大幅な組み変えを行なおうと考えています。新しい人も理事に増えてきたことですし、適材適所で意欲のある方をどしどし登用して、中味の濃いものにして行きたいと思います。今まである部会は年10回も、ある部会は年に1回しか開催しない、といったアンバランスさは解消して行きます。また部会・委員会で検討された内容は、会報でもって全会員に報告して行くなど、ＪＡＭＭＡの考え方や会員の皆さん方の意見等を随時発表しながら啓蒙して行きたいと思います。

――関係団体との交流はどのように具体化して行くか。

中山　さしあたってＡＯＵさんに話し合いの場を設けるべく、提起して行きます。そして、どのような形がベターなのか、年に何回位の開催が妥当なのか、話し合いの中で詰めて行きます。また、関係団体としてはＪＡＰＥＡさんもおられますので、3団体でやった方が良いかの問題もあります。ＪＡＭＭＡは丁度、両団体の中間的立場ですので、私共が音頭をとって定期的な会合を持つべく具体化して行きたいと思っています。まずはアクションを起こすことが先決です。そして、会合を持った結果、具体的な成果があがらなかったとしても、そのプロセスにおいて相互理解が得られれば、大きな前進だと思います。

――今年のＡＭショーは、コンシューマーも出展可能ということですが、ＡＭショーについての基本的コンセプトや方向付けについて。

中山　今回のショーについては、周到な準備が整わないで実施の方向となったので、多少の混乱がありましたし、私としては具体的なビジョンや方向性は持てないわけです。まず新しい形で実施してみようということで、今後はその結果を踏まえて対応して行けば良いと思います。

　しかし、ＡＭショーについての私の基本的考え方は、時代のトレンドの中で広い意味での「エンターテイメントショー」になってもらえれば良いと思っています。ＡＭ機器をコアに、関連・周辺機器まででも含めた総合的なショーにして行くことが大切だと思います。それが延いては一般の人達に分かり易く映るのではないでしょうか。

　「ショーは大きければ大きいほど良い」ということが私の持論です。会場に来れば、ＡＭを原点とした周辺が全て分かり、しかもＡＭ業界の勢力の大きさを世間にＰＲ、アピールできるといった形がベターではないでしょうか。コンシューマーや大型のシミュレーショ

ン機器等は協会の運営の中で絞り込みがありますから、ボーダレスな時代にＪＡＭＭＡのショーだから、本来のビジネスしか出展出来ないのは矛盾だと思います。

――ゲーム機等の風営法規制問題については。

中山　風営法問題を考える場合、現実と将来展望の2つに分けて考えなければならないと思います。

　現実は許認可事業ですから、その中で当然ベストの対応をしなくてはならないわけです。その先、ベストの対応が出来て行けば、全て自由に何をやっても良いかといったら、建前は良いが現実には混乱が生じる恐れもあります。許可制になったため一部の不良業者が排除されたというプラスの側面も忘れてはなりません。例えば全く野放しにして暴力団が新法のもと新しいビジネスとしてＡＭ業界に進出して来たらどうなるかの問題も起る可能性があります。本来は自由が望ましいが、プラス、マイナスの両面があると思います。

　現実の中でベターの方向性を探りながら風営法が業界にとって必要なのか否か、またどうあるべきか等を勉強しながら将来を模索して行くことが大切だと考えます。

　但し、現状の風営法の中で実情に即応していない矛盾点や形骸化している側面もあり、この点は当局に積極的に是正してもらうように働きかけて行きます。当局とのコミュニケーションの円滑化を図りながら、正しく主張すべき点は主張して行く考えです。

――コピー問題については。

中山　業界を発展させるためには、コピーを撲滅することが大前提です。知的所有権対策委員会を中心に一つ一つきめ細かな対応で解決して行きます。大変でしょうが、コピー対策の委員長には強力なリーダーシップ性を発揮して頂き、縦横の連携を密にしながら推進して行きます。

中山会長、通産省の熊野局長と面談

●6月5日、会長就任挨拶で通産省を訪問

　中山隼雄ＪＡＭＭＡ新会長は、6月5日通産省を訪れ、機械情報産業局長熊野英昭氏等に会長就任の挨拶を行なった。

　挨拶を兼ねた面談は同局長室において行なわれ、同局産業機械課長河野博文氏とＪＡＭＭＡの日南香専務理事も同席した。約50分間に及んだ面談は、最近のゲーム業界の実情と将来展望を中心に、コピー問題等にも話題が及び、当局の理解が深まるなど有意義なものとなった。

　なお、6月3日には、中山新会長は警察庁を訪れ、鈴木長官にも会長就任の挨拶をした。

▲左からＪＡＭＭＡの日南専務、中山会長、通産省の熊野局長、河野課長。

中山隼雄新会長略歴

東京都出身、昭和7年生れ満60歳。
昭和34年、千葉大学文理学部修了
昭和43年、㈱エスコ貿易設立、代表取締役社長
昭和54年、㈱セガ・エンタープライゼス代表取締役副社長
昭和58年、同社代表取締役社長（現任）
昭和59年、セガ　ヨーロッパ　リミテッド社長（現任）
昭和60年、コンピューターサービス㈱（現㈱ＣＳＫ）取締役（現任）
昭和61年、セガ　エンタープライゼス，インク．（ＵＳＡ）社長
昭和62年、リンガフォン・ジャパン㈱社長
昭和62年、セガ　オブ　アメリカ，インク．社長
平成元年、リンガフォン・ジャパン㈱会長
平成2年、㈱亜土電子工業取締役会長（現任）
平成2年、セガ　オブ　アメリカ，インク．取締役（現任）
※なお、ＪＡＭＭＡにおいては副会長の要職を約10年間就めた。

(財)余暇開発センター「レジャー白書'92」

平成3年度のゲームセンター等及び遊園地・レジャーランド等のAM施設は、売上げ続伸

本誌では、順調に伸展を続ける娯楽部門のゲームセンターや観光・行楽部門の遊園地等を中心に資料等を掲載、若干の解説を加えてまとめてみた。

バブル経済が崩壊して、このところ我が国の景気は後退を余儀なくされ、産業界においては、業種によってその不況の波も一段と厳しいものとなっている。このような状況下、平成2年から3年にかけての日本人の余暇活動および余暇関連産業の市場動向の分析をまとめた「レジャー白書'92」が(財)余暇開発センター（宮野素行理事長、本部東京）より発表となった。なお同白書では、後半部分において特別レポートとして「分散型余暇社会に向けて」と題して、我が国の余暇環境を時間だけでなく、空間その他も含めて総合的な観点から問題点を分析している。

平成3年の余暇市場規模は71兆9，740億円と対前年比で伸び率52%(平成2年は68兆4，090億円）と、ここ数年の伸びに比べ成長率がやや鈍化した。これは同時期の国民総支出の伸び6・4%を下回っており、民間最終消費支出の伸び5・3%とほぼ同じであった。

余暇市場の伸びが鈍化したのは、余暇市場の財部門（自動車やレジャー用品）がマイナス成長となったためで、サービス部門はいぜんとして高成長（対前年比6・8%）を続けている。特に余暇市場のシエア約6割ときわめて高い娯楽部門は更に市場を拡大、中でもゲームセンター等の伸びは著しい。また観光・行楽部門の中の遊園地やレジャーランドも好調に推移している。

総じて、バブル崩壊の中、平成3年は「安」「近」「楽」型のレジャー（近場で、費用のかからない、楽しみ本位の余暇活動）が活発であった。

調査仕様

調査対象は全国15歳以上男女4、000人（5万人以上都市部3、000人、5万人未満都市及び郡部1、000人）。有効回収数3、3317（回収率82・9%）。但し、5万人以上都市部と5万人未満都市部及び郡部との実際の母集団構成に合わせて調査サンプルを修正した結果、累計上の有効回収数は3、529となった。また、本調査では89種目の余暇活動を①スポーツ部門（27種目）②趣味・創作部門（30種目）③娯楽部門（20種目）④観光・行楽部門（12種目）に分類した。なお、余暇関連産業の経営動向等の業界天気図は、全国の1万2000事業所を対象に調査し、有効回答数2、986サンプルによって集計分析した。

用語の定義は次の通り。

参加率＝ある余暇活動を、1年間に1回以上行なった人（回答者）の割合。

参加人口＝ある余暇活動を1年間に1回以上行なった人口（全国）参加率に平成3年12日現在の総務庁統計局の推計による15歳以上の人口10、231万人（男性4、976万人、女性5、255万人）を掛け合わせて推計。

年間平均活動回数＝ある余暇活動を行なった人の1人当り年間活動回数の平均。

年間平均費用＝ある余暇活動を行なった人の1人当り年間費用の平均。

参加希望率＝ある余暇活動を将来やってみたい、あるいは今後も続けたいとする人の割合。

〈表1〉 余暇活動への参加・消費の実態(平成3年)

● 娯楽部門	A 参加人口(万人)	B 参加率(%)	C 年間平均活動回数(回)	D 年間平均費用(千円) 用具等	会費等	合計	E 1回当たり費用(円)	F 希望率(%)
(1) 囲碁	570	5.6	22.6	1.1	1.8	2.9	130	8.7
(2) 将棋	1,410	13.8	12.8	0.5	0.1	0.6	50	11.5
(3) トランプ, オセロ, カルタ, 花札など	3,930	38.4	12.1	1.5	1.4	2.9	240	19.2
(4) カラオケ	5,240	51.2	12.0	6.0	17.7	23.7	1,980	38.7
(5) テレビゲーム(家庭での)	2,590	25.3	33.6	9.8	——	9.8	290	14.5
(6) ゲームセンター, ゲームコーナー	1,740	17.0	10.7	——	8.1	8.1	760	7.2
(7) 麻雀	1,340	13.1	13.4	——	26.6	26.6	1,990	11.7
(8) ビリヤード	670	6.5	5.5	——	7.8	7.8	1,420	7.3
(9) パチンコ	2,920	28.5	23.7	——	68.0	68.0	2,870	18.6
(10) 宝くじ	3,690	36.1	4.8	——	20.1	20.1	4,190	31.6
(11) 中央競馬	1,000	9.8	12.4	——	73.9	73.9	5,960	10.6
(12) 地方競馬	270	2.6	9.5	——	54.6	54.6	5,750	3.6
(13) 競輪	150	1.5	14.9	——	101.4	101.4	6,810	2.2
(14) 競艇	170	1.7	12.1	——	90.6	90.6	7,490	2.2
(15) オートレース	90	0.9	10.6	——	61.2	61.2	5,770	1.9
(16) 外食(日常的なものを除く)	6,460	63.1	16.6	——	64.0	64.0	3,860	52.9
(17) バー, スナック, パブ, 飲み屋	4,480	43.8	16.1	——	89.5	89.5	5,560	31.3
(18) クラブ, キャバレー	740	7.2	10.8	——	123.5	123.5	11,440	5.5
(19) ディスコ	400	3.9	4.3	——	17.7	17.7	4,120	5.3
(20) サウナ	1,260	12.3	12.4	——	27.8	27.8	2,240	14.1

● 観光・行楽部門	A 参加人口(万人)	B 参加率(%)	C 年間平均活動回数(回)	D 年間平均費用(千円) 用具等	会費等	合計	E 1回当たり費用(円)	F 希望率(%)
(1) 遊園地	3,900	38.1	3.3	——	19.5	19.5	5,910	30.7
(2) ドライブ	5,870	57.4	11.3	——	34.3	34.3	3.040	54.7
(3) ピクニック, ハイキング, 野外散歩	3,540	34.6	8.3	3.2	11.9	15.2	1,830	39.8
(4) 登山	830	8.1	3.7	7.4	19.6	26.9	7,270	16.3
(5) オートキャンプ	410	4.0	2.3	12.2	27.7	39.8	17,300	15.1
(6) フィールドアスレチック	650	6.3	2.8	1.2	4.8	6.0	2,140	9.1
(7) 海水浴	3,210	31.4	2.8	5.5	18.6	24.1	8,610	32.8
(8) 動物園, 植物園, 水族館, 博物館	4,410	43.1	3.1	——	12.9	12.9	4,160	37.9
(9) 催し物, 博覧会	2,680	26.2	3.7	——	13.3	13.3	3,600	30.3
(10) 帰省旅行	2,300	22.5	2.9	20.1	86.9	107.0	36,900	21.8
(11) 国内観光旅行(避暑, 避寒, 温泉など)	5,920	57.9	3.1	21.1	105.9	127.1	41,000	73.7
(12) 海外旅行	940	9.2	1.7	47.6	368.3	415.9	244,650	47.7

（ゲームセンター等の市場は飛躍的な伸展 参加人口は対前年比で23・4%の急増）

娯楽部門中のゲームセンター・ゲームコーナーの平成3年度の余暇活動への参加・消費の実態は、表1の通りである。参加人口は1740万人と昨年（1410万人）を330万人（23・4%）も大きく上回った。また、年1回以上ゲームセンター等へ行った人の参加率は17%と昨年（13・9%）を3・1ポイント、将来参加したい人を含めた希望率も7・2%と昨年（4・5%）を2・7ポイントといずれも大きく増加した。参加人口、参加率、希望率の増加はゲーム機業界にとっては好ましい状況で、特に参加率、希望率の増加は、確実に新規需要層を拡大すると共に、社会に定着して来た点を裏ずけるものと見ることができる。

年間平均活動回数（1年間にゲームセンター等へ行った平均回数）は10・7回で昨年（13・5回）を2・8回、年間平均費用も8、100円と昨年（9、000円）を900円と夫々下回った。但し、1回当たりの費用（顧客単位）は760円と昨年（670円）に比べて90円（13・4%）の増加となっている。年間平均回数の減少は特定できないが、ゲームセンター等以外の同類の他施設が急増している状況から推測すると、頷ける数値かも知れない。

いずれにしても参加人口等の急増は、後述の市場規模を確実に拡大した。

そのほかで特筆すべきは、家庭用ゲーム市場は、対前年比で参加人口2、590万人で250万人（10・7%）、参加率も25・3%と2・2ポイントといずれも増加している。一時ほどの勢いは無いにしても昨年に引き続いて堅調に推移しており、ソフトの供給次第では依然として需要が望まれる市場と言える。カラオケ市場は、昨年に引き続いてその躍進振りが目につく。昨年は調査範囲を従来の家庭用から事務用にまで広げた関係で、参加人口4、660万人と対前年（2、030万人）130%の急増となったが、これは例外としても今年も参加人口5、240万人と対前年比580万人（12・4

〈表2〉 余暇活動への参加率・回数の推移(全体結果)

● 娯楽部門	参加率(%)						年間平均活動回数(回)					
	51年	54年	57年	60年	63年	3年	51年	54年	57年	60年	63年	3年
(1) 囲碁	9.1	7.6	12.3	7.3	8.3	5.9	19.3	28.8	22.5	23.4	20.4	22.3
(2) 将棋	15.5	12.6	24.7	17.6	14.6	14.1	18.2	24.3	19.4	20.7	13.4	12.8
(3) トランプ,オセロ,カルタ,花札など	29.1	28.8	50.9	40.1	38.7	39.7	11.7	15.6	13.5	12.0	11.6	11.6
(4) カラオケ	——	——	30.1	——	——	50.9	——	——	14.8	——	——	12.1
(5) テレビゲーム(家庭での)	——	——	27.1	22.1	22.5	26.9	——	——	20.4	30.2	34.5	34.1
(6) ゲームセンター,ゲームコーナー	13.3	16.2	22.0	13.1	13.2	18.2	7.1	13.4	14.9	14.1	12.3	11.1
(7) 麻雀	23.6	18.3	23.3	16.7	15.5	13.8	20.0	23.4	20.8	17.8	15.4	14.3
(8) ビリヤード	4.8	4.8	4.9	3.0	14.7	7.1	7.4	4.6	6.8	6.6	10.4	5.9
(9) パチンコ	35.7	27.6	34.0	29.8	29.4	29.5	18.2	18.9	20.5	20.1	21.9	23.6
(10) 宝くじ	——	——	——	30.5	34.2	37.6	——	——	——	6.6	5.3	4.8
(11) 中央競馬	11.8	9.4	8.8	7.5	6.9	11.7	13.2	16.1	13.6	14.7	13.1	12.3
(12) 地方競馬					1.5	3.1					——	——
(13) 競輪	3.6	3.0	2.1	1.5	1.4	1.7	——	——	——	——	——	——
(14) 競艇	2.6	2.3	2.4	1.7	1.2	1.7	——	——	——	——	——	——
(15) オートレース	1.0	0.9	0.8	0.9	0.5	0.9	——	——	——	——	——	——
(16) 外食(日常的なものを除く)	52.6	50.2	61.1	62.2	64.0	65.0	13.3	13.2	18.8	16.3	16.9	17.7
(17) バー,スナック,パブ,飲み屋	——	30.7	42.4	45.7	47.2	45.2	——	18.4	18.0	16.3	17.0	16.9
(18) クラブ,キャバレー	16.1	14.1	10.6	7.6	7.6	7.1	12.4	9.5	11.2	10.9	11.9	12.2
(19) ディスコ	——	7.0	7.5	5.8	6.9	4.4	——	6.3	8.1	5.9	4.8	4.3
(20) サウナ	10.2	9.3	8.8	8.0	10.5	13.1	9.3	7.3	10.4	10.2	10.4	12.2

● 観光・行楽部門	参加率(%)						年間平均活動回数(回)					
	51年	54年	57年	60年	63年	3年	51年	54年	57年	60年	63年	3年
(1) 遊園地	28.0	28.1	37.6	38.2	37.7	40.3	4.5	5.6	4.1	3.4	3.6	3.5
(2) ドライブ	36.2	41.9	52.3	58.4	55.7	58.5	9.2	9.4	10.6	10.4	11.7	11.3
(3) ピクニック,ハイキング,野外散歩	19.1	30.6	39.2	39.0	33.3	37.4	4.0	4.1	8.7	9.0	8.8	8.2
(4) 登山	——	——	——	——	7.2	8.2	——	——	——	——	3.6	4.1
(6) フィールドアスレチック	——	6.4	10.5	8.6	6.1	6.4	——	3.3	2.7	2.5	2.3	3.1
(7) 海水浴	37.3	37.9	38.6	40.3	31.0	31.5	2.9	3.2	2.7	3.0	3.1	2.8
(8) 動物園,植物園,水族館,博物館	——	——	38.4	41.0	39.9	46.1	——	——	3.3	3.0	3.3	3.1
(9) 催し物,博覧会	——	——	26.1	27.6	29.1	29.0	——	——	4.0	3.6	3.4	3.9
(10) 帰省旅行	20.2	24.2	24.4	27.0	23.5	25.6	4.4	3.7	3.6	3.9	3.2	3.0
(11) 国内観光旅行(避暑,避寒,温泉など)	——	47.1	54.4	53.6	56.4	58.3	——	3.0	3.0	3.0	3.2	3.2
(12) 海外旅行	3.4	6.6	6.1	5.3	8.6	10.0	1.5	1.8	1.4	1.5	1.5	1.9

%）、参加率で51・2%と5・2ポイントといずれも大きく増加している。

表2は参加率・回数の2年置きの推移の時系列であるが、風営適正化法施行（昭和60年2月）時点に減少した参加率が7年間経過した平成3年は大きく伸展している点が注目されている。これは前述の通り、ゲーム機業界が今や手軽で身近なレジャーとして、しかも健全な青少年の遊び場として、地域地会に根差しながら着実に社会に受け入れられて来たものと見ることができる。

表3は、性・年代別のゲームセンター等の特徴を表わしたデーターである。ここで注目される点は男性中心のこれまでの顧客層に著しく女性顧客層がここ数年増加してきた点である。昨年に続いて平成3年は女性の割合が13・4%と昨年（11・2%）を2・2ポイント上回った。また、年代別では男女とも10代、20代、が依然として主流であるが、30代が男子は前年比で27・8%と6ポイント、女子も19・6%と8・1ポイントと両者共に増加している点が注目される。これは、現在のゲームセンターが健康で明るくしかもゴージャス化しており、従来の年齢を引き上げた顧客層にも利用されて来たことに帰因している。

売上げ等の業績は対前年比で18・3%の急伸

平成3年度のゲームセンター等の業績や経営動向は、表4、表5、表6、図1に示す通りでその躍進振りは目ざましい。

表4、表5はゲームセンター等を経営するオペレーターの経営動向について示している。D・I・平均値（各事業所の各項目の増加割合−減少割合の平均値）は、平成3年は58・8%と前年比6・8ポイントの増加で好調に推移した点が窺える。但し表5の経営上の問題点では、①他の同業施設との競争激化②人手不足③設備費・運営費等の増加④人件費コストの増加（他業種とも共通）等により、平成4年の見通しは依然として好調さは持続するものの、企業間、施設間格差は一段と進み楽観は許されない数値（D・I・平均値40・8%）となっている。

表6は過去10年間の売上規模の推移の時系列である。平成3年は４１３０億円と昨年（３４９０億円）を６４０億円（18・3%）も

〈表3〉 性・年代別余暇活動参加率の特徴(平成3年)

(単位：%)

● 娯楽部門	全体 N＝	男性							女性						
		男性全体	10代	20代	30代	40代	50代	60代以上	女性全体	10代	20代	30代	40代	50代	60代以上
	3,529	1,730	156	271	331	389	271	312	1,799	160	295	354	376	316	298
(1) 囲碁	5.6	10.2	7.1	4.0	3.9	10.7	15.1	18.8	1.2	3.4	0.8	1.2	0.9	1.5	0.4
(2) 将棋	13.8	25.2	42.2	19.5	20.1	28.8	27.9	20.0	2.9	6.4	2.6	3.6	3.1	1.7	1.4
(3) トランプ,オセロ,カルタ,花札など	38.4	38.2	68.5	52.8	43.9	41.5	22.7	13.5	38.7	74.7	47.2	54.1	39.3	17.2	14.4
(4) カラオケ	51.2	57.6	61.9	76.8	65.9	58.3	55.5	31.1	44.9	70.2	65.8	45.3	45.1	37.6	17.8
(5) テレビゲーム(家庭での)	25.3	30.9	72.1	50.5	42.8	27.7	7.3	5.2	19.8	40.0	30.5	35.0	13.7	5.5	3.0
(6) ゲームセンター,ゲームコーナー	17.0	20.7	62.1	46.3	27.8	7.5	3.9	1.4	13.4	38.6	31.4	19.6	3.9	1.0	──
(7) 麻雀	13.1	23.0	33.2	30.5	23.1	24.5	21.2	10.9	3.6	5.3	4.3	4.2	3.5	4.1	0.7
(8) ビリヤード	6.5	9.6	23.3	25.5	9.3	4.0	3.1	1.8	3.6	10.9	12.6	1.6	0.5	0.3	0.3
(9) パチンコ	28.5	42.3	20.7	57.9	55.4	46.4	38.6	23.8	15.3	13.0	30.0	18.8	16.7	7.8	3.9
(10) 宝くじ	36.1	42.8	13.0	46.6	54.7	50.6	46.1	29.0	29.7	4.5	30.7	38.3	39.7	32.5	16.5
(11) 中央競馬	9.8	15.1	6.9	18.3	16.3	17.8	21.1	6.4	4.8	1.2	10.4	6.1	5.5	2.7	0.7
(12) 地方競馬	2.6	4.4	2.1	6.8	4.8	2.9	6.8	3.0	0.8	──	3.1	0.4	0.8	0.3	0.3
(13) 競輪	1.5	2.9	1.3	1.8	3.6	3.9	4.5	1.4	0.2	──	──	0.6	0.3	0.3	──
(14) 競艇	1.7	3.0	1.3	4.2	3.3	3.0	3.5	2.1	0.5	──	0.7	0.4	1.1	0.4	──
(15) オートレース	0.9	1.7	0.6	1.9	2.8	2.3	1.1	0.4	0.3	──	0.4	0.3	0.3	0.3	──
(16) 外食(日常的なものを除く)	63.1	62.4	48.9	70.5	73.1	67.7	65.9	41.4	63.8	61.7	73.0	71.7	74.7	56.8	40.1
(17) バー,スナック,パブ,飲み屋	43.8	57.3	17.5	76.8	71.3	71.5	59.4	25.9	30.8	16.1	55.1	36.6	39.5	21.2	7.0
(18) クラブ,キャバレー	7.2	13.1	2.1	12.2	17.3	21.7	12.4	4.6	1.5	1.9	2.0	1.3	2.3	1.7	──
(19) ディスコ	3.9	3.7	4.3	13.2	3.6	2.1	0.7	──	4.1	6.6	14.8	2.1	2.2	1.0	0.3
(20) サウナ	12.3	17.3	7.5	20.9	22.5	22.3	17.5	7.3	7.5	5.3	12.3	5.9	9.1	8.1	3.1

(単位：%)

● 観光・行楽部門	全体 N＝	男性							女性						
		男性全体	10代	20代	30代	40代	50代	60代以上	女性全体	10代	20代	30代	40代	50代	60代以上
	3,529	1,730	156	271	331	389	271	312	1,799	160	295	354	376	316	298
(1) 遊園地	38.1	37.4	36.9	47.8	62.0	36.3	20.9	17.9	38.9	60.8	61.0	68.6	25.1	17.7	9.7
(2) ドライブ	57.4	59.3	32.3	77.4	74.3	66.1	56.9	35.0	55.5	46.1	82.0	65.6	54.8	55.3	23.6
(3) ピクニック,ハイキング,野外散歩	34.6	33.2	17.7	26.6	47.8	37.3	32.5	27.0	35.8	23.7	44.3	52.7	35.9	31.6	18.3
(4) 登山	8.1	8.8	4.7	9.9	9.2	9.5	10.5	7.2	7.3	12.5	6.2	6.8	8.1	8.8	3.9
(5) オートキャンプ	4.0	4.2	6.9	7.4	5.8	4.4	1.8	──	3.7	5.5	5.9	7.7	3.1	0.3	0.3
(6) フィールドアスレチック	6.3	5.9	2.1	4.5	14.8	7.7	2.0	1.0	6.7	5.5	7.3	20.8	3.7	0.6	──
(7) 海水浴	31.4	36.0	41.9	51.7	54.4	38.0	20.0	11.2	26.9	32.7	44.8	48.5	22.3	9.9	4.6
(8) 動物園,植物園,水族館,博物館	43.1	40.1	23.1	42.8	62.9	41.3	35.8	24.4	46.0	45.0	62.9	68.0	36.7	37.7	23.9
(9) 催し物,博覧会	26.2	24.8	11.9	25.4	27.2	25.4	28.5	24.2	27.6	20.9	27.8	29.7	32.1	30.2	19.8
(10) 帰省旅行	22.5	21.9	12.5	21.9	30.8	25.3	23.4	11.5	23.1	12.2	20.8	33.0	25.1	23.4	16.7
(11) 国内観光旅行(避暑,避寒,温泉など)	57.9	56.7	17.5	54.9	60.8	58.7	64.7	64.0	59.0	35.5	64.6	55.5	57.7	69.7	60.8
(12) 海外旅行	9.2	10.5	1.9	11.6	14.2	10.0	8.2	12.3	7.9	1.9	18.7	3.0	7.5	7.5	7.1

上回り、平成元年（15・1%）、平成2年（17・9%）に引き続いて2桁の伸び率を示し、高い水準で伸展している点は注目される。

図1は需要・売上げ・利益・事業収支状況のD・I・平均値の過去6年間の推移と来年の予測が示されている。それによると、昭和63年以降は好調に推移している点が良く分かる。

（遊園地・レジャーランド等の市場は安定 参加人口は対前年比で2%と微増）

観光・行楽部門の中の遊園地・レジャーランド等の平成3年度の余暇活動への参加・消費の実態は、表1の下欄に示されている通り。参加人口は1昨年は国際花博の影響等でやや減少したが、平成3年は3900万人と昨年（3830万人）を70万人（約2%）上回り回復した。また、参加率、平均回数等はほぼ前年並で推移した。但し、平均費用は1万9500円と昨年（1万6900円）を2600円（6・5%）、1回当りの平均費用（顧客単価）も5910円と昨年（4450円）を1460円（約33%）と夫々大きく上回った。これは、各地に登場したテーマパークや各遊園地等におけるリニューアル等に伴う施設拡充により、利用料金等が上昇したものと思われる。

その他では、最近の新種の水族館のブーム等により、動物園・植物園・水族館・博物館等の参加人人口は昨年に引き続いて堅調な伸びを示している。平成3年は参加人口4410万人と昨年（4150万人）を260万人（16%）も上回り、参加率も伸展している点は注目される。最近では、遊園地とこれ等の施設の複合型が順調に伸展しており、今後の方向を模索する意味から注意深く見守る必要があるだろう。

表2は、参加率・回数の2年置きの時系列だが、毎年極端な増減はなく、ほぼ安定した数値で推移している点が注目される。勿論、遊園地・レジャーランド等は、天候に左右されるし、その年のビッグイベント等の催しの影響も大きい。しかし、今や身近かで手軽な大衆レジャーとしての地位を不動なものとしていると言えるだろう。

〈表 4〉　余暇関連サービス業の経営動向

(単位：%)
上段：平成 3 年実績　下段：平成 4 年見通し

	サンプル数	需要(利用客数) 増加	不変	減少	増減加少	売上げ 増加	不変	減少	増減加少	利益 増加	不変	減少	増減加少	事業所取支バランス 黒字	バランス	赤字	黒赤字字	D.I. 平均値
1.ゴルフ場	263	49.8	28.5	19.0	30.8	73.4	18.6	4.6	68.8	55.5	23.6	17.5	38.0	58.2	35.0	5.7	52.5	47.5
		23.2	60.5	16.0	7.2	43.7	47.5	8.0	35.7	30.4	51.7	17.5	12.9	39.2	54.8	4.9	34.2	22.5
2.ゴルフ練習場	234	43.6	30.8	25.2	18.4	53.4	26.5	19.7	33.8	41.5	26.9	29.5	12.0	54.7	38.0	6.4	48.3	28.1
		26.1	43.6	30.3	-4.3	30.8	42.3	26.9	3.8	23.9	42.7	33.3	-9.4	38.5	46.6	14.1	24.4	3.6
3.ボウリング場	237	45.6	28.7	25.3	20.3	62.9	16.5	20.3	42.6	54.4	20.7	24.5	30.0	62.4	32.1	4.2	58.2	37.8
		29.1	43.9	26.6	2.5	40.9	40.5	18.1	22.8	31.6	39.7	28.3	3.4	49.8	41.4	6.8	43.0	17.9
4.テニスクラブ・スクール	265	34.7	46.0	18.5	16.2	40.4	41.1	17.7	22.6	32.1	34.7	28.3	3.8	15.5	45.3	38.1	-22.6	5.0
		32.1	51.3	16.2	15.8	36.2	48.3	14.7	21.5	30.2	44.9	23.4	6.8	12.8	50.2	35.8	-23.0	5.3
5.アスレ・ヘルスクラブ	240	54.6	28.3	12.5	42.1	59.6	23.8	11.7	47.9	47.9	24.6	20.8	27.1	21.7	39.2	37.1	-15.4	25.4
		61.7	32.5	5.8	55.8	60.8	32.9	6.3	54.6	52.1	35.8	11.7	40.4	22.1	49.6	26.7	-4.6	36.6
6.スキー場	220	58.2	25.5	14.1	44.1	61.4	21.4	14.1	47.3	43.2	27.7	24.5	18.6	27.3	39.5	30.9	-3.6	26.6
		36.8	36.4	26.4	10.5	39.5	33.2	26.4	13.2	33.2	34.5	31.4	1.8	16.8	44.1	36.4	-19.5	1.5
7.カルチャーセンター	107	51.4	32.7	15.0	36.4	52.3	36.4	10.3	42.1	38.3	34.6	23.4	15.0	26.2	41.1	30.8	4.7	22.2
		41.1	43.9	14.0	27.1	43.0	41.1	15.0	28.0	28.0	47.7	23.4	4.7	18.7	44.9	33.6	-15.0	11.2
8.映画館	209	24.4	23.0	52.2	-27.8	24.9	26.8	47.8	-23.0	22.5	23.9	52.2	-29.7	13.4	37.3	46.4	-33.0	-28.3
		22.5	32.1	45.5	-23.0	22.0	34.0	43.1	-21.1	20.1	30.1	49.3	-29.2	8.6	39.2	49.8	-41.1	-28.6
9.パチンコ店	151	31.8	33.1	31.8	0.0	43.0	26.5	27.2	15.9	34.4	25.8	36.4	-2.0	41.1	38.4	18.5	22.5	9.1
		21.2	41.1	37.7	-16.6	27.2	35.1	37.1	-9.9	23.8	31.1	45.0	-21.2	26.5	49.7	21.2	5.3	-10.6
10.娯楽機器オペレーター	117	64.1	26.5	6.8	57.3	73.5	18.8	5.1	68.4	62.4	17.9	15.4	47.0	65.0	31.6	2.6	62.4	58.8
		46.2	41.9	11.1	35.0	58.1	30.8	10.3	47.9	47.9	35.9	15.4	32.5	53.0	41.0	5.1	47.9	40.8
11.カラオケボックス	123	28.5	23.6	37.4	-8.9	29.3	20.3	39.0	-9.8	24.4	22.0	42.3	-17.9	31.7	52.8	13.8	17.9	-4.7
		22.0	30.1	45.5	23.6	25.2	28.5	43.9	18.7	21.1	29.3	47.2	-26.0	24.4	55.3	18.7	5.7	-15.7
12.旅行業	232	55.2	28.4	16.4	38.8	63.8	20.3	15.9	47.8	47.4	25.0	27.2	20.3	45.3	35.8	17.7	27.6	33.6
		55.6	28.4	15.9	39.7	62.1	26.3	11.2	50.9	48.3	34.9	46.8	31.5	36.2	47.4	15.1	21.1	35.8
13.ホテル旅館	208	48.1	31.7	19.7	28.4	76.9	14.4	6.7	70.2	47.1	28.8	22.1	25.0	47.1	33.2	18.8	28.4	38.0
		26.9	43.3	29.3	-2.4	43.8	39.9	15.4	28.4	29.8	43.8	25.5	4.3	31.3	51.4	16.3	14.9	11.3
14.ペンション	202	38.6	44.6	16.8	21.8	45.0	40.1	14.9	30.2	44.1	37.1	17.8	26.2	37.1	47.5	13.9	23.3	25.4
		19.3	48.0	32.7	-13.4	27.2	45.5	27.2	0.0	20.8	50.5	28.7	-7.9	24.8	55.4	18.3	6.4	-3.7
15.遊園地	178	54.5	22.5	21.9	32.6	60.7	21.9	15.7	44.9	46.1	27.5	24.2	21.9	34.3	31.5	29.2	5.1	26.1
		42.1	42.7	15.2	27.0	47.8	38.2	13.5	34.3	35.4	43.8	19.1	16.3	24.2	43.3	27.5	-3.4	18.5
全体	2,986	45.5	30.7	22.0	23.5	55.4	24.8	17.6	37.7	43.2	26.9	26.8	16.4	38.6	38.3	21.3	17.3	23.7
		33.8	41.9	24.0	9.7	40.9	38.3	20.2	20.6	32.1	40.3	27.0	5.1	28.4	47.8	22.0	6.4	10.4

〈表 5〉　経営上の問題点

(単位：%)

( )内はサンプル数	人件費コストの増加	設備費・運営費等の増加	人手不足	設備不足	資金不足(借入難)	料金改訂が難しいこと	地価高騰による固定資産税の上昇	テナント料・賃料・地代の上昇	公的な規制	他の同業施設(民間)との競争の激化	公的施設との競合	時間帯・曜日・季節による利用客の片寄り	その他
1.ゴルフ場 (263)	60.1	29.3	66.2	3.8	1.1	16.0	6.5	4.2	9.1	16.7	0.0	31.9	2.3
2.ゴルフ練習場 (234)	28.6	26.9	17.1	17.5	3.8	35.9	15.8	9.8	2.6	51.3	2.1	40.6	1.7
3.ボウリング場 (237)	48.1	25.7	49.8	14.3	1.7	23.2	5.9	11.8	0.8	9.7	1.3	49.4	3.0
4.テニスクラブ・スクール (265)	37.7	19.2	23.8	9.4	3.0	35.1	31.3	11.3	3.0	14.3	31.3	35.1	4.5
5.アスレ・ヘルスクラブ (240)	52.5	33.8	36.7	11.3	6.3	20.4	1.3	13.8	1.3	42.1	6.7	27.1	0.8
6.スキー場 (220)	41.8	25.9	50.0	34.5	12.7	6.8	0.5	1.4	10.5	20.9	1.4	45.0	5.0
7.カルチャーセンター (107)	44.9	24.3	15.0	19.5	1.9	32.7	1.9	24.3	0.9	34.6	36.4	27.1	2.8
8.映画館 (209)	47.4	37.8	16.7	11.0	10.0	23.9	18.7	21.5	1.0	12.4	2.4	28.7	6.2
9.パチンコ店 (151)	41.1	27.8	52.3	10.6	8.6	3.3	2.6	6.0	13.2	66.2	0.7	16.6	2.6
10.娯楽機器オペレーター (117)	28.2	36.8	41.0	7.7	12.0	21.4	1.7	21.4	15.4	45.3	1.7	18.8	3.4
11.カラオケボックス (123)	22.0	19.5	21.1	6.5	9.8	26.8	1.6	4.1	0.8	69.9	0.8	57.7	0.0
12.旅行業 (232)	71.6	29.3	34.5	2.6	6.5	17.7	1.7	10.3	1.7	48.3	2.6	30.6	4.3
13.ホテル旅館 (208)	64.9	31.3	68.3	12.0	7.2	14.9	2.4	0.0	6.3	21.2	2.9	31.7	1.0
14.ペンション (262)	19.8	27.7	34.7	18.8	8.9	19.3	4.5	3.0	3.5	30.7	4.5	59.4	3.0
15.遊園地 (178)	46.1	29.8	35.4	13.5	1.7	13.5	2.2	2.8	9.0	24.2	4.5	53.9	2.8
全体 (2,986)	45.2	28.3	38.6	12.8	6.0	20.8	7.6	9.1	5.0	31.3	6.3	37.3	3.0

表3は、性・年齢別の遊園地等の特徴を示しているが、相変わらず10代、20代の女性層に支持されている点は大きい。但し、男性においては、10代、20代よりも30代（62%）が圧倒的に多く、また女性においても30代（68・6%）が10代（60・8%）、20代（61・0%）を上回り高い数値を示している。これは、30代のニューファミリー層が子供連れで遊園地等を訪れる機会が多い点を物語っている。概して、老若男女を問わずあらゆる層から支持されていることが窺い知れる。

売上げ等の業績は毎年順調に伸展、10年前の約2倍増

表4、表5、表6、図1は遊園地等の業績や経営動向についてまとめている。

表4（経営動向）、表5（経営上の問題）から見ると、業績は大きな増加は見込めないが、ほぼ安定した数値で推移している点が窺い知れる。但し、平成4年の見通しの事業収支バランスではマイナス3・4%の数値が示す通り、①時

〈表6〉　余暇市場の推移

（単位：億円）

● 娯　楽	57	58	59	60	61	62	63	元	2	3	3/2
1.ゲーム	55,700	85,660	97,510	107,250	111,040	114,510	124,080	140,630	152,380	168,090	10.3
(1) パチンコ(貸玉料)	47,730	76,870	88,700	97,990	101,400	106,000	115,280	131,190	142,600	157,570	10.5
(2) 麻雀ゲーム料	2,850	2,920	3,180	3,590	3,390	3,270	3,140	3,090	2,850	2,760	▲ 3.2
(3) ゲームセンター・ゲームコーナー	3,310	3,360	3,520	3,000	2,500	2,400	2,570	2,960	3,490	4,130	18.3
(4) テレビゲーム・ゲームソフト	1,810	2,510	2,110	2,670	30750	2,840	3,090	3,390	3,440	3,630	5.5
2.ギャンブル	53,350	52,660	50,970	52,840	57,180	61,570	67,720	77,260	89,780	95,820	6.7
(1) 中央競馬	4,180	14,400	15,090	16,460	18,010	19,730	22,070	25,550	30,980	34,330	10.8
(2) 地方競馬	7,390	6,860	6,020	5,760	6,060	6,520	7,110	8,230	9,350	9,820	5.0
(3) 競輪	12,030	11,610	10,950	11,130	12,180	12,990	14,390	16,060	18,410	19,370	5.2
(4) 競艇	15,230	15,000	13,920	14,160	14,830	15,570	16,680	18,700	21,500	22,220	3.3
(5) オートレース	2,060	2,030	2,010	1,980	2,190	2,360	2,580	2,970	3,290	3,420	4.0
(6) 宝くじ	2,460	2,760	2,980	3,350	3,910	4,400	4,890	5,750	6,250	6,660	6.6
3.飲食	119,340	124,310	130,140	136,120	144,820	146,690	154,890	160,060	167,410	175,090	4.6
(1) 外食	94,640	99,000	102,950	108,140	115,030	117,560	122,160	126,550	134,900	141,380	4.8
(2) バー・キャバレー・クラブ等	24,700	25,310	27,190	27,980	229,790	29,130	32,730	33,510	32,510	33,710	3.7
4.カラオケボックス(ルーム)	――	――	――	――	――	290	860	21,250	2,900	3,770	3.0
合　計	228,390	262,630	278,620	296,210	313,040	323,060	347,550	379,200	412,470	442,770	7.3

（単位：億円）

● 観光・行楽	57	58	59	60	61	62	63	元	2	3	3/2
1.自動車関連	15,680	16,860	16,910	17,180	19,090	21,690	26,510	29,830	35,400	32,270	▲ 8,8
(1) 乗用車	6,320	7,410	7,490	7,420	9,970	12,870	17,370	19,960	24,790	20,740	▲ 16.3
(2) 二輪自動車	520	410	370	380	460	480	620	570	570	550	▲ 3.5
(3) ガソリン	5,880	5,950	5,870	5,990	5,490	5,080	5,110	5,550	6,100	6,710	10.0
(4) 乗用車整備費	2,960	3,080	3,180	3,390	3,170	3,260	3,410	3,750	3,940	4,270	8.4
2.国内観光	45,710	46,960	50,890	53,760	56,330	59,560	64,990	70,100	77,550	82,290	6.1
(1) 鉄道	8,820	9,020	9,690	10,370	10,680	11,130	12,030	12,390	12,370	12,620	2.0
(2) 貸切りバス	3,540	3,670	3,970	4,300	4,250	4,440	4,840	5,110	5,500	5,530	0.5
(3) 国内航空	2,200	2,060	2,250	2,220	2,240	2,390	2,720	3,000	3,310	3,450	4.2
(4) 遊園地・レジャーランド	2,050	2,450	2,580	2,630	2,750	2,870	3,140	3,640	4,020	4,250	5.7
(5) 旅館	18,870	19,140	20,520	21,410	23,200	24,230	26,050	27,760	32,020	35,020	9.4
(6) ホテル	4,730	4,850	5,170	5,600	5,740	6,290	7,280	8,440	9.330	9,860	5.7
(7) ペンション	210	230	260	310	340	350	360	420	450	420	▲ 6.7
(8) 民宿	1,770	1,820	1,940	2,070	2,140	2,190	2,220	2,360	2,510	2,850	13.5
(9) 会員制リゾートクラブ	180	190	200	350	420	530	730	820	1,030	1,290	25.2
(10) 旅行業(手数料収入)	3,340	3,530	4,310	4,500	4,570	5,140	5,620	6,160	7,010	7,000	▲ 0.1
3.海外旅行(国際線収入)	3,810	3,820	4,190	4,370	4,310	4,670	5,390	6,140	6,940	6,500	▲ 6.3
合　計	65,200	67,640	71,990	75,310	79,730	85,920	96,890	106,070	119,890	121,060	1.0

〈図1〉 余暇関連サービス業の業界天気図(D.I.の平均値)

	1 ゴルフ場	2 ゴルフ練習場	3 ボウリング場	4 テニスクラブ・スクール	5 アスレ・ヘルスクラブ	6 スキー場	7 カルチャーセンター	8 映画館	9 パチンコ店	10 娯楽機器オペレーター	11 カラオケボックス	12 旅行業	13 ホテル・旅館	14 ペンション	15 遊園地	全体
61 年 実 績	◎	○	○	◑	○	○	⦶	●	◑	◑	―	○	○	◑	○	⦶
62 年 実 績	◎	◎	◎	◑	◎	⦶	○	●	◑	◑	―	◎	○	○	○	○
63 年 実 績	◎	◎	◑	◑	◎	○	○	●	⦶	○	―	◎	○	⦶	⦶	○
元 年 実 績	◎	◎	◎	◑	◎	○	○	◑	○	◎	―	◎	◎	○	○	◎
2 年 実 績	◎	◎	◎	⦶	◎	○	○	◑	○	◎	―	◎	◎	◎	○	◎
3 年 実 績	◎	○	◎	⦶	○	○	○	◑	⦶	◎	⦶	◎	◎	○	○	○
4 年 実 績	○	⦶	○	⦶	◎	⦶	○	◑	◑	◎	◑	◎	○	⦶	○	○

(注)需要・売上げ・利益・事業所収支状況・業界一般業況判断のD.I.平均値

30～100% ……………◎　　－29～－6% ……………◑
10～29% ……………○　　－100～－30% ……………●
－5～9% ……………⦶

間帯、曜日、季節等による利用客の片寄り②人件費コストの増加③人手不足④同業施設との競争激化、等により楽観は許されないものとなっている。このところ、過剰気味とも思われる位各地にテーマパークやレジャー施設が出現、施設や企業間の格差が出現している。この点は今後の経営にあたっては十分配慮して行くことが必要であろう。

表6は、売上げ等の業績の過去10年間の時系列である。それによると毎年大きな波が無く順調に伸展している点が窺い知れる。平成3年は、4250億円と昨年（4020億円）を230億円（5・7%）上回り、昭和63年以降は毎年比較的高い水準で推移している。過去10年間の推移を見ると、昭和57年は2050億円の市場規模が、平成3年は2倍以上に伸展したものとなっている。如何に毎年着実に伸展して来るかを裏づける時系列となっている。

図1の業界天気図でも遊園地等の平成4年度の見直しは、大幅な業界増は見込まれないが、ほぼ安定した推移をたどるD・I・平均値による予測が示されている。

速報

韓国で、コピー（模造）業者を強制捜査、ビデオゲーム・コピー基板等多数押収!!

●ソウル特別市警察庁、コトロン実業代表者を逮捕

5月18日、韓国ソウル特別市警察庁特捜部は、韓国・ソウル特別市瑞草区に所在する㈱コトロン〈KOTRON〉実業（代表者洪思勤）と㈱コメッド〈COMAD〉実業（代表者高炳賛）の2社を模造品製造・販売容疑で強制捜査し、コピー品・生基板100枚、完成基板80枚、関係書類等を押収すると共にコトロン実業の代表者洪思勤を逮捕した。

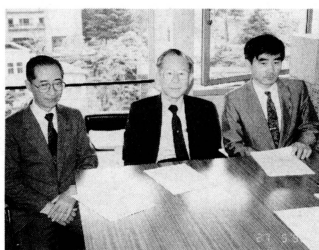
押収されたコピー基板は㈱タイトー（長谷川桂祐社長、本社東京）が開発したビデオゲーム「ユーロフットボール　チャンプ」等。現在、タイトー開発の分については特定できているが、その他（2種類）の分については、目下検証中である。なお、コメッド実業については、同社の開発部、社長室等ではコピー品に関する証拠は発見できなかった。

なお、前述2社の実質的オーナーは高炳憲氏で、以前、コピー事件で刑事告訴されるなど、コピー業者として度々話題に上がっている人物。これまで高峰〈コボン〉実業㈱の商号で設立・解散を繰り返している。

今回の強制捜査に至る経緯は、JAMMAでは、知的所有権対策委員会が中心となって数年前より、韓国、台湾、香港、中南米等におけるビデオゲームに関するコピー問題について、米国のゲーム機業界団体のAAMAとも協議しながら、その有効ある対応等を色々と検討して来た。今年1月頃、同委員会では前述のタイトーのビデオゲーム等がコピーされる動きの情報を入手、この情報に基づき具体的な対応について協議を重ねて来た。一方、タイトーも本件に関して、証拠物件の収集を独自に進めており、4月下旬にはこれ等情報や証拠物件に基づき、何時でも刑事告訴ができる体制をつくり、その機会を見守っていた。なお、刑事告訴による強制捜査で押収されたコピー品の中でタイトー以外の会社のコピー品があれば、順次、追加告訴することで合意もなされていた。このような経緯をたどりながら、5月中旬にタイトーでは、ソウル特別市警察庁にコトロン実業とコメッド実業の2社を相手に刑事告訴、今回の強制捜査となったものである。

5月18日の強制捜査は、ソウル特別市警察庁の刑事8名と告訴人のタイトー及び代理人の3名の計11名によって行なわれた。その結果、前述の通り多数のコピー品等の物的証拠を押収すると共に、コトロン実業の代表者、コメッド実業の代表者及び同開発責任者が取り調べられ、コメッド実業については、証拠不十分で釈放、コトロン実業の代表者のみの逮捕となったものである。なお、5月20日には実地検証のため、日本からタイトーはじめセガ、ナムコ、データイースト、テクモ、コナミの6社7名が訪韓し、押収物の検証を行なった。

今後、ソウル警察庁は逮捕のコトロン実業の代表者・洪思勤を著作権法違反で書類送検するとのことである。

現在、韓国では国際社会の中での協調性から、著作権重視の気運は高まっているが、依然としてコピー問題は後を断たない。日本のビデオゲームメーカーにとって、今回のコピー事件の伸展は大いに注目するところである。

▲左から知的所有権対策委員の岡部延夫氏（㈱ナムコ）、日南専務、小河文春氏（㈱タイトー）。

KENWOOD

電波を握ると、ビジネスが見える。

ケンウッド営業用無線機

ビジネスの成功を握るカギ。
それは迅速で的確な情報伝達です。
業務連絡・情報交換でのロスを防ぎ、
営業効率を大きくアップする
ケンウッドの営業用無線機。
手にすると、ビジネスが見えてきます。

簡易無線電話装置

人と人を価値ある情報でネットワーク。
スモール&タフなハンディータイプ。

携帯に便利な超コンパクトサイズ。過酷な条件や使用に耐える高い堅牢性と防滴性能。さらに便利な付加機能を備えた高性能シリーズです。

150MHz帯簡易無線電話機
TK-240ACT
〈出力1W〉(ATIS対応)

400MHz帯簡易無線電話機
TK-340ACT
〈出力1W〉(ATIS対応)

営業車がビジネスの最前線基地となる。
コンパクトサイズの車載タイプ。

取り付けが容易なコンパクトサイズながら、車載用として十分な強度を実現。高周波数安定度、明瞭音質など高い通信クオリティーを誇る、基地局用にも適したシリーズです。

150MHz帯簡易無線電話装置
TK-705ACT
〈出力5W〉(ATIS対応)

400MHz帯簡易無線電話装置
TK-805ACT
〈出力5W〉(ATIS対応)

特定小電力トランシーバー

手軽さと実用性を両立した多機能機。
近距離通信用トランシーバー。

免許不要
資格不要
郵政省技術基準
適合品

CTCSS内蔵
特定小電力トランシーバー
UBZ-17

話題の特定小電力トランシーバーに多彩な呼び出し機能を追加。あらゆるビジネスシーンに活躍する優れたフットワークとデザインが魅力です。

お問い合わせは最寄の通信機各営業所まで。

通信機北海道営業所
札幌市白石区東札幌6条1-2-30(札幌三信ビル新館2F) 〒003
TEL(011)822-0388

通信機東北営業所
仙台市若林区大和町5-32-12(サンライズ大和) 〒983
TEL(022)235-4761

通信機北関東営業所
高崎市緑町2-9-1 〒370
TEL(0273)62-8834

通信機関東営業所
東京都千代田区神田淡路町2-8 〒101
TEL(03)3253-9271

通信機横浜営業所
横浜市緑区十日市場802-1(田中ビル3F)〒227
TEL(045)981-5181

通信機中京営業所
名古屋市東区白壁3-12-13(中産連ビル新館4F) 〒461
TEL(052)931-6631

通信機関西営業所
大阪市都島区東野田町1-20-5(大阪京橋第一生命ビル3F) 〒534
TEL(06)354-1091

通信機中国営業所
広島市西区横川新町14-12(第3山本ビル) 〒733
TEL(082)295-5080

通信機四国営業所
高松市松島町3-1 〒760
TEL(0878)33-3588

通信機九州営業所
福岡市南区向野2-8-18 〒815
TEL(092)551-9777

●カタログを差し上げます。ハガキに希望機種、住所、氏名、年齢、職業、電話番号をご記入のうえ、〒150 東京都渋谷区渋谷2-17-5シオノギ渋谷ビル㈱ケンウッド C.I.部アミューズメント係へお申し込み下さい。KENWOOD CORPORATION

YUBIS 遊びは心の柔軟体操

こちら高収益プライズマシン。選択できます。

景品おとし

JUMBO★HEXA
ジャンボヘキサ

6人用

●80㎜φ景品ケースで大型景品もOK
●FMサウンドBGM入り
●サイズ＝幅2,100㎜×奥行1,800㎜×高さ1,430㎜

JUMBO TWIN
ジャンボツイン

4人用

●上と下で〔景品〕〔料金〕が変えられます
●リズミカルなBGM入り
●サイズ＝幅1,000㎜×奥行1,000㎜×高さ1,200㎜

クレーン

SUPER ELEPHANT
スーパーエレファント

●お求め易い普及タイプ。信頼性バツグン！
●サイズ＝幅660㎜×奥行750㎜×高さ1,700㎜

GULLIVER CATCHER
ガリバーキャッチャー

●ぬいぐるみ（2本爪）にもカプセル（3本爪）にも対応。
●サイズ＝幅850㎜×奥行880㎜×高さ2,000㎜

ミニクレーン

LUCKY CRANE
ラッキークレーン

●愛用され続ける信頼のメカとデザイン
●サイズ＝幅670㎜×奥行1,160㎜×高さ820㎜

MINI CRANE
ミニクレーン

●最も省スペースでコンパクト
●サイズ＝幅660㎜×奥行700㎜×高さ820㎜

明日を見つめ、より豊かなくらしを……

株式会社ユウビス
（旧社名　株式会社カワクス）

本　　社／東大阪市川俣3丁目1番35号 〒577 ☎(06)787－1881 FAX 06(787)1952
東京営業所／東京都台東区東上野1-24-4 〒110 ☎(03)3837－3884 FAX 03(3837)3887
福岡営業所／福岡市中央区大名2-3-2 〒810 ☎(092)713－1083 FAX 092(713)1083

YUBIS 遊びは心の柔軟体操

こちら特製ゲーム景品セット。大人気です。

100φ用景品カプセル入

5品種100個入り¥29,800

〈内容物〉
まがりっこボールペン
髪切りセット
サメ筆入れセット
円筒ストッキング
クイッカールセット

クレーン機にピッタリのニューアイテムです。

まがりっこボールペン

単品種販売

100個入り¥22,000

(カプセルは別売りです)

ジャンボヘキサ2万円Bセット

100個入り¥20,000

※プラスチックケースは別売りです。

ジャンボヘキサ3万円Bセット

100個入り¥30,000

※プラスチックケースは別売りです。

ジャンボツイン2万円Bセット

100個入り¥20,000

※プラスチックケースは別売りです。※150個入りもあります。

ジャンボツイン3万円Bセット

100個入り¥30,000

※プラスチックケースは別売りです。※150個入りもあります。

ジャンボツイン(時計)セット

100個入り¥19,800

※プラスチックケースは別売りです。

クリスタルキーホルダー

100個入り¥15,000

小人キーホルダー

120個入り¥20,000

デラックスキーホルダー

100個入り¥16,000

皮キーホルダー

100個入り¥20,000

ぬいぐるみ OAO-10

100個セット¥19,800

●この他〈75φカプセル〉各種、〈45φカプセル〉各種、〈ハッピーロボ用景品〉、〈㈱セガ・エンタープライゼス製景品〉、〈㈱小林商事製景品〉も取扱っております。

BANPRESTO とるとるキャッチャー

バンプレストのキャラクター景品のあらゆるものを取扱っております。

明日を見つめ、より豊かなくらしを……

株式会社ユウビス
(旧社名　株式会社カワクス)

本　　社　東大阪市川俣3丁目1番35号 〒577 ☎(06)787-1881 FAX 06(787)1952
東京営業所　東京都台東区東上野1-24-4 〒110 ☎(03)3837-3884 FAX03(3837)3887
福岡営業所　福岡市中央区大名2-3-2 〒810 ☎(092)713-1083 FAX092(713)1083

YUBIS 遊びは心の柔軟体操

各社の力作！ヒットゲーム機。注目される新製品です。

龍虎の拳

りゅうこのけん

空前の
ビッグキャラ！
リアル対戦！

©1992 SNK CORP.

KING OF THE MONSTERS2

キング オブ ザ モンスターズ2

巨大格闘
アクション

©1992 SNK CORP.

(ソフト4本搭載型)

ネオジオ MVS-U4

- 25インチフラットモニター
- 幅620mm×奥行790mm×高さ1,266mm

(SC向け4本用)

ネオジオ SC25 型-4

- 25インチフラットモニター
- 幅600mm×奥行706mm×高さ1,414mm（専用オプション台160mm）

(SC向け2本用)

ネオジオ SC14 型-2

- 14インチモニター
- 幅510mm×奥行595mm×高さ1,282mm

ネオジオ SC19 型-4

- 19インチモニター
- 幅420mm×奥行555mm×高さ1,224mm

NEO GEO
超ド級ゲーム「ネオ・ジオ」

実用新案出願中「NEO・GEO」
「MVS」は、SNKの登録商標です。
©1990SNK CORP

Coca-Cola Suzuka 8 hours

コカ・コーラ スズカ エイトアワーズ

楽しさそのまま！
スタンダードSDタイプ

㈱ナムコ

Stadium CROSS

スタジアム クロス

白熱の
バイクバトル
レース！

㈱セガ・エンタープライゼス

DEAD CONNECTION™

デッド コネクション

F2 SYSTEM

㈱タイトー

VARTH OPERATION THUNDER STORM

バース

惑星バース奪還作戦！

- CPシステム第19弾

㈱カプコン

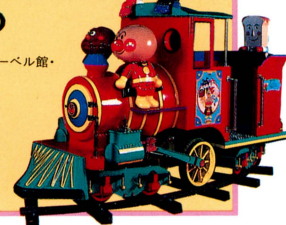
THE UNCANNY X-MEN

エックス・メン

㈱コナミ

BANPRESTO GO GO アンパンマン

それいけ！アンパンマン

©やなせたかし／フレーベル館・TMS・NTV

㈱バンプレスト

明日を見つめ、より豊かなくらしを……

株式会社ユウビス
（旧社名 株式会社カワクス）

本社／東大阪市川俣3丁目1番35号 〒577 ☎(06)787−1881 FAX 06(787)1952
東京営業所／東京都台東区東上野1-24-4 〒110 ☎(03)3837−3884 FAX 03(3837)3887
福岡営業所／福岡市中央区大名2-3-2 〒810 ☎(092)713−1083 FAX 092(713)1083

確かな情報、確かな技術、確かな販売

運命の扉が、いま開かれる！

The Legend of Juno

TOWA

ユノの伝説

●幅900mm×奥行1,600mm×高さ2,010mm

㈱トーワジャパン

Stadium CROSS

スタジアム クロス

飛べ！トップライダー

●幅1,780mm×奥行1,735mm×高さ1,775mm

㈱セガ・エンタープライゼス

Jumbo Beaber 6p

ジャンボビーバー6P

6人プレイの景品落とし。

NEW

●幅1,720mm×奥行1,500mm×高さ1,230mm

岐阜特機㈱

THE UNCANNY X-MEN

エックス・メン

6P、4P、2Pの3種登場！

コナミ㈱

UNDERCOVER COPS

アンダーカバー・コップス

究極のデス・バトル

アイレム㈱

VARTH

バース

OPERATION THUNDER STORM

惑星バースを奪還せよ!!

㈱カプコン

BANPRESTO

とるとるキャッチャー

景品用ぬいぐるみ

7月発売

8月発売予定

きんぎょ注意報！2

©猫部ねこ・講談社・テレビ朝日・東映動画

カラフルゴジラ

©東宝・東宝映像

仮面ライダー2

©石森プロ・東映

株式会社 ユニバース

UNIVERSE CO.,LTD.

本　社　〒559 大阪市住之江区北加賀屋5-8-57(ユニバースビル)
TEL (06)682-3444代 FAX (06)681-9770

豊橋(営)〒440 愛知県豊橋市小松町200-1(小松ビル)
TEL (0532)46-6103 FAX (0532)48-6155

from OSAKA
メディア商事
今月の特選品
情報局
1992
JULY
MEDIA montly EXPRESS

ロケの中核を構成する主力マシン

大型アーケード

Stadium CROSS スタジアムクロス

システムマルチ32第1弾！
最大8人通信可能な
モトクロス・レースゲーム

●幅1,780mm
×奥行1,735mm
×高さ1,775mm

(株)セガ・エンタープライゼス

コカ・コーラ スズカ エイトアワーズ
SD〔スタンダード〕タイプ

Coca-Cola Suzuka 8 hours

省スペースの2イン1筐体
バイクレースの話題作を手軽に

●幅2,010mm×奥行1,860mm
×高さ1,370mm

(株)ナムコ

女性客を確実にキャッチ

占い機

ラッキー・チャーム

LUCKY・CHARM

占い＋おまじない
2倍楽しめると好評

●幅480mm×奥行410mm×高さ1,700mm
アイレム(株)

Ve-na ヴィーナ

1プレイがスピーディ
省スペース占い機

●幅375mm×奥行369mm×高さ1,533mm
データイースト(株)

BUBBLE TROUBLE™

ゴーリーゴーストII バブルトラブル

一層おもしろく新登場！
今度は海底のお化け退治
2Pガンシューティング

●幅780mm×奥行1,220mm×高さ1,920mm

(株)ナムコ

AMBO 18 アンボ18

SC、シングル各ロケに最適
3基板収能できて（1基板可）
古い基板も有効活用！

●幅460mm×奥行460mm×高さ1,460mm

※掲載写真は試作品です。

コスモ電子(株)

信頼を製(かたち)品でお届けします。

当たるものだけを厳選
PCBボード

UNDERCOVER COPS

アンダー・カバー・コップス

アクションゲームは大人気
複数同時プレイも可能

アイレム㈱

爆裂クイズ 魔Q大冒険

知的興奮がヤングにウケる
2人同時プレイ可能クイズ
ナムコより遂に登場

㈱ナムコ

只今、店頭マシンはコレ
プライズマシン

UFO CIRCUS LAND

ユーフォー・サーカスランド

プレイヤーを失望
させないオマケ景品
払い出しミニUFO

オマケカプセル機能付き

●幅880mm×奥行860mm×高さ1,910mm
㈱セガ・エンタープライゼス

今月のお薦め！売れ線景品はコレ!!

アニマルポーチ

かわいさ＋実用品で
景品に新境地

100個セット
㈱アミューズ

ちいさなおばけ アッチコッチソッチ IN HAWAII

100個セット
㈱アミューズ

マザー＆チルドレン

赤ちゃん人形がお腹に
入って新しさ抜群！

5種50個セット
㈱アミューズ

平成天才バカボン NEW

高人気は相変らず！
ちょっと大きめカーニバル対応

6種100個セット
㈱アミューズ

©フジオ・プロ/講談社/スタジオぴえろ

●その他、アミューズ㈱全製品を取扱い致しております。

●デリバリー、アフターサービスも万全を期しております。
●ロケーション運営に関することなら、何でもお気軽に御相談下さい。

メディア商事株式会社
〒578 東大阪市今米2番2号
TEL.0729-64-0717㈹ FAX.0729-64-2059

データイースト・コンピュータ占い機シリーズ

ヴィーナ

Ve-na (TM)

色：ピンク

占い

恋愛専科

Ve-na

Ve-naがあなたの運勢を占います

● 両思いの人 ●
〔1〕2人の恋の相性は？
〔2〕2人の結婚の相性は？

● 片思いの人 ●
〔3〕2人の恋の相性は？
〔4〕2人の結婚の相性は？

〔5〕新しい恋人の出現は？
〔6〕あなたの理想の恋人は？
〔7〕あなたの理想の結婚相手は？

コインを入れる → 占いたい項目を選ぶ → 生年月日を入力 → 血液型を入力 → 女性か男性かを入力 → 相手の生年月日の入力 ※項目2人の相性のみ → 相手の生年月日がわからない場合は直接キーを押してください → 質問に答える〔はい いいえ〕

データイースト株式会社

¥100

PRINT OUT

返却口

愛に憧れ、恋に焦がれて…、

恋愛専科。

女性に人気の高いコンピュータ占い機。
彼女たちに、もっとも関心の高い占い項目《恋愛・結婚・相性》だけに的をしぼった、新しいコンセプトで"Ve-na(ヴィーナ)"は開発されました。
お客様(プレイヤー)にとって、設置店(ロケーション)にとっての幅広いご要望に、"Ve-na(ヴィーナ)"は充実した新・人気機能で確実にお応えいたします。

人気・その1 ―― 恋愛専科

コンピュータ占い機での選択頻度がもっとも高い《恋愛・結婚・相性》。もちろん、中心的顧客(メインターゲット)である女性の関心度に合わせて、占いの信頼度、内容も充実しています。

人気・その2 ―― 充実機構

お客様(プレイヤー)の操作は、生年月日、性別、血液型などの入力を、そしてコンピュータからの質問は5項目を用意。
また、オートフィーダー（用紙自動補給）機能の採用により、紙づまりによる心配も減少。その上、用紙補給も簡単に行えるようになりました。

※キャスター付きで移動も簡便。高さ・1,539㎜。

〒91-44042

※本製品の外観・仕様については、変更される場合があります。

DECO データイースト株式会社
本　社：〒167 東京都杉並区荻窪5－11－17 ☎03-3220-8000代

事業本部：〒167 東京都杉並区南荻窪4－41－10 ☎03-5370-0708
サービスセンター：〒261 千葉市美浜区新港219－6 ☎(043)247-0621
大阪営業所：〒550 大阪市西区京町堀2－14－22兼吉ビル ☎(06) 448-8601
福岡営業所：〒812 福岡市博多区博多駅東3-1-4 タカ福岡ビル3F ☎(092)474-0120
DATA EAST USA, INC.：1850 Little Orchard Street San Jose, California 95125, U.S.A.

KONAMI

THE VIDEO GAME

話題独占の6Pバージョンに続いて、

4Pバージョン、2Pバージョンも登場！

THE UNCANNY X-MEN™

エックス・メン

ロケーションに フェアウェイの風

LITTLE PRO

リトルプロ

■本体仕様 ［エレメカタイプゴルフゲーム］

- ●本体寸法／560(W)×1,350(D)×1,590(H)㎜
- ●使用電源／AC100V ±10%(50/60Hz)
- ●消費電力／180W

コナミ株式会社

東京本社 〒105 東京都港区虎ノ門4-3-1 TEL.03-3432-5787
大阪支店 〒530 大阪市北区梅田1-11-4 TEL. 06-456-4567
札幌営業所 〒060 札幌市中央区北1条西5-2-9 TEL.011-232-3778
福岡営業所 〒810 福岡市中央区天神2-8-30 TEL.092-715-2367
東京サービスセンター 〒101 東京都千代田区神田神保町3-25 TEL.03-3264-5678
大阪サービスセンター 〒561 大阪府豊中市庄内栄町4-23-18 TEL. 06-334-0335

目を見はる戦慄のグラフィック！
力が法律の無法都市に展開する
究極のデス・バトル!!
複数同時プレイ、途中参加OK!!

近日登場

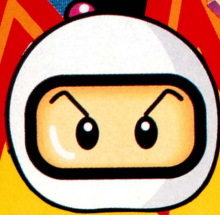
UNDERCOVER COPS™

アンダー・カバー・コップス

©1992 IREM CO

ドッカーン バクダンが 急げ だぜー！

ボンバーマン第2弾

好評発売!!

BOMBER MAN WORLD™

ボンバーマン ワールド

©1992 IREM CORP.
LICENSED FROM HUDSON SOFT

Innovations in Recreational Electronic Media

生活者の夢と技術のコミュニケーションを追求します。

irem
IREM CORPORATION
アイレム株式会社

本　社　(〒550)大阪市西区西本町1-11-9岡本興産ビル　☎(06) 535-1060(代表
東京販売所　(〒106)東京都港区南麻布3-19-23オーク南麻布ビル　☎(03)3442-3081(代表
OKAMOTOKOSAN BLDG., 11-9 NISHIHOMMACHI 1-CHOME, NISHI-KU, OSAKA 550, JAPA
☎(06)535-4885 FAX:(06)535-1710 TELEX:J63074 IREM

SNK

“ネオ”な機能と楽しさイッパイ！

センサー搭載クレーン機構、難易度オート4段切替などで、大好評！“ネオ・カーニバル”に スリムでかわいい1人用が新登場。お店を明るく演出し、集客力もバッグンです。

NEO CARNIVAL

1人用ぬいぐるみクレーン機

ネオ・カーニバルミニ

●外形寸法(㎜)：幅900×奥行き883×高さ1,880●重量：145kg●消費電力：AC100V 110W

NEO CARNIVAL™

ネオ・カーニバル

●外形寸法(㎜)：幅1,650×奥行き883×高さ1,880●重量：220kg●消費電力：AC100V 180W

NEW

ワールドヒーローズ

WORLD HEROES™

ALPHA

従来の『対戦アクション格闘技ゲーム』にはない、超過激なバトルモード『デスマッチモード』を加えることによって、『ノーマルモード』『デスマッチモード』の2種を選択でき、さらにド派手なグラフィックでプレイヤーを魅了します。

世界一過激で危険な闘い！

対戦格闘アクション

2人対戦プレイ・途中参加可能

ザ・100メガショック!!

高インカムのネオジオがさらに楽しく大容量に。100メガを超えても上限58,000円までの超低価格でご提供します。一段と充実する新ネオジオワールドにご期待下さい。

ザ・100メガショック
第1弾

龍虎の拳™

りゅうこのけん

ビッグな闘いほど熱くなれる。

2P対戦プレイ・
途中参加可能

空前のビッグキャラ!リアル対戦!

サウスタウンで始まる巨大な闘いが、対戦ゲーマーの胸を打つ こいつを避けては通れない ●かつてないビッグキャラクターで注目度抜群●よりスムーズな動き、リアルな表情でプレイ感さらにアップ●ズームや画面スクロールによる驚きの演出効果●必殺技に気力ゲージシステムを採用●8人の格闘家から選択可能な白熱の2P対戦モード●ボーナスステージ等で盛り上がる1Pストーリーモード

NEO GEO™
超ド級ゲーム「ネオ・ジオ」

株式会社 エス・エヌ・ケイ
SNK CORPORATION
大阪本社 〒564大阪府吹田市豊津町18-8 TEL. 06(338)7007㈹ FAX. 06(338)8986
東京支店 〒101東京都千代田区神田和泉町1-3-4(青木ビル2F) TEL. 03(3864)8222 FAX. 03(3865)9437
福岡支店 〒812福岡県福岡市博多区吉塚3-18-18 TEL. 092(623)2778 FAX. 092(623)2776
18-8 TOYOTSU-CHO, SUITA-SHI, OSAKA, 564, JAPAN. PHONE: 06(338)7007 FAX: 06(338)7175 TELEX: 523 6785 SNK COJ.

SNK

実用新案出願中「NEO GEO」「MVS」はSNKの登録商標です。

NEW BEST LINE-UP

大好評！新ネオジオワールド

大好評ネオジオSCシリーズに大型画面が新登場！クレーン機もさらに充実の高収益ラインナップです。

SC14型-2

SC19型-4

SC25型-4

SCロケに新戦力！
—25″大画面、ソフト4本搭載型—

SC25型−4

SC 25型-4●外形寸法(mm)：幅600×奥行き706×高さ1414(専用オプション台使用時：+160)

小型で軽量、大好評活躍中！

19″モニター、ソフト4本搭載型

SC19型−4

SC14型-2●外形寸法(mm)：幅420×奥行き555×高さ1,224(専用オプション台使用時：+160)
●使用ユニット：NEO-MVH MV20

14″モニター、ソフト2本搭載型

SC14型−2

SC19型-4●外形寸法(mm)：幅510×奥行き595×高さ1,282(専用オプション台使用時：+160)
●使用ユニット：NEO-MVH MV4

とびきり“ネオ”な機能満載！

NEOCARNIVAL™

ネオ・カーニバル

ネオ・カーニバル●外形寸法(mm)：幅1,650×奥行き905×高さ1,907

近日登場
SCロケに新展開！
—1人用小型クレーン機—

ネオ・カーニバルミニ

ネオ・カーニバルミニ●外形寸法(mm)：幅900×奥行き880×高さ1880

新開発
“プライズセンサー”
搭載！

25″フラットモニター、
ソフト2本搭載型。

MVS-U2

MVS-U2●外形寸法(mm)：幅620×奥行き790×高さ1,266●使用ユニット：NEO-MVH MV20

MVS1スロ搭載可能。
JAMMA対応筐体。

NEW キャンディ25

NEW CANDY25●外形寸法(mm)幅620×奥行き790×高さ1,486
●使用ユニット JAMMA規格対応(横画面専用)

25″フラットモニター、
ソフト4本搭載型。

MVS-U4

MVS-U4●外形寸法(mm)：幅620×奥行き790×高さ1,266●使用ユニット：NEO-MVH MV4

NEO GEO™
超ド級ゲーム「ネオ・ジオ」

ベンチャースピリットが遊びの世界をひろげます……ダイショー

大評判「天画」に待望のアップライト、新登場。

立ちプレイで賑わい演出！４人プレイのソフトにも対応する省スペース型の50インチ筐体です。

50インチのアップライト
立天画 4/2
たち てん が
TACHI-TENGA 4/2

4人プレイ
最近多くなっている4人プレイの基板にも対応。しかも専用コンパネは円形のためプレイ角度は自由に調整できます。

人工大理石
天板は豪華な人工大理石製で、美しさをいつまでも保ちます。

鮮明画像
プロジェクターとは思えない鮮やかな画像のため入口近くの明るい場所にも設置できます。

高インカム
同じ基板でも同じプレイ料金でも2倍、3倍の高インカムが期待できます。

サイズ＝〈モニター部〉幅1,140㎜×奥行620㎜×高さ1,710㎜〈操作部〉幅1,000㎜×奥行640㎜×高さ1,020㎜／最小全長1,760㎜／〒95-3923

●実用新案・意匠登録出願中

座ってゆったり大画面
天画
TENGA

並べて置けばさらに高インカム

●実用新案・意匠登録申請中
サイズ＝〈モニター部〉幅1,140㎜×奥行620㎜×高さ1,560㎜〈操作部〉幅860㎜×奥行1,600㎜×高さ1,550㎜／最小全長2,330㎜／〒95-3923

NEO GEO
超ド級ゲーム「ネオ・ジオ」

「NEO・GEO」4本用
専用ハード組込みタイプ、発売中！
(専用コンパネ付)

●代理店
ダイショー商会
TEL0720(70)3892 FAX0720(70)3894
〒570 大阪府大東市新田本町13－12

MEDAL DIMENSION

BY SIGMA MEDAL BROS. & R. P.

DERBY
PUSHER
POKER
SLOT
REGENT
PRINCE
MASS GAME

繁盛店の新しい法則

スロットで財テク。

人気が持続する。イメージがリッチ。イージー・オペレーション。省スペース。インテリア効果がある。と、数々のメリットを提供するスロットは、すでにアミューズメントスペースには欠かせない超定番です。でもより収益をUPさせるためには〈コーナーでの展開〉〈メカニカル、ビデオなどのマシンバリエーション〉〈落ちついた照明演出〉なども欠かせない条件。シグマでは業界トップクラスの多彩マシンバリエーションとスロットを知り尽くした演出ノウハウで収益力の高いスロットコーナーづくりをサポートします。スロットで財テク。繁盛店はスロットコーナーが元気いい。

DIMENSION SPOT

スロットはコーナーで展開する。これはもうみなさんご存じのテクニックですね。でも、そのコーナーも同じマシンだけでは効果は半減してしまいます。やはり遊び方やデザインなどバラエティに富んだコーナーづくりがお客様のアミューズメント・ニーズをキャッチします。シグマはメカニカルスロット、ビデオスロット・ワイド、インターミディーなど、業界トップクラスの多彩なバリエーションをラインアップ。また、スーパー8ウェイシリーズWゲーム付をはじめニューマシンも続々登場させています。どんなスペースにもマッチするシグマのスロットシリーズでバラエティに富んだ収益の高いコーナーづくりを。

sigma

遊びごころで、ソフト&ハード

株式会社シグマ 本社 〒150 東京都渋谷区渋谷1-17-1 美竹野村ビル TEL.03-3486-2841 FAX.03-3486-2849
AM機器事業本部 〒150 東京都渋谷区東3－14－15 MOビル TEL.03-3486-5751 FAX.03-3486-5770
AM機器事業本部大阪営業所 〒532 大阪市淀川区西中島3-12-5 第5新大阪ビル TEL.06-302-2239 FAX.06-302-1332

特集

AM業界及び関連業界

'91年法人申告所得ランキングと主要各社の動向

㈱セガ・エンタープライゼス
コナミ㈱
㈱タイトー
㈱カプコン
㈱ナムコ
テクモ㈱
㈱エス・エヌ・ケイ
㈱シグマ

91年の法人申告所得ランキングが「週刊・東洋経済」特別号（5月30日刊）に発表された。

法人申告所得とは、企業や各種法人が所轄の税務署に決算期ごとに申告する税法上の所得（課税所得）のこと。4000万円以上に限って毎月全国517の税務署で公示されており、今回のランキングのデータは、1991年1～12月に決算期の到来した法人の申告所得で、㈱帝国データバンクが調査、集約したものである。従って、決算期が1月の法人は90年2月～91年1月の所得、決算期が12月の法人は91年1月～12月の所得というように、決算月によって、各社の申告額の該当期間にはバラつきがある。

東洋経済誌によれば、1986年12月に始まった「新いざなぎ景気」が後退局面を迎えた91年は、4000万円以上の申告社数11万7651社、申告所得合計額は48兆3399億円、わずかだが過去最高記録を更新したという。この合計額は91暦年の国民総生産（GNP）の456兆円に対し、10・5%にあたる規模。なお、国内において株式会社、有限、合資、合名など法人格をもった組織は230万社超、うち実稼動法人は100万社超と推定されているとのことで、その1割以上の法人が年間4000万円以上の課税所得を申告したことになる。

本稿では、AM業界の各種団体の会員企業及び関連業界各社を東洋経済誌より抜粋して掲載するとともに、小型ゲーム機関連の主要8社についてその動向をまとめた。

各種団体とは以下の通り。全日本遊園施設協会（JAPEA）、㈳日本アミューズメントマシン工業協会（JAMMA）、㈳全日本アミューズメント施設営業者協会連合会（AOU）、日本SC遊園協会（NSA）、日本娯楽機械オペレーター協同組合（JOU）。また、関連業界各社とは、レジャー施設経営会社をはじめ、協会未加盟のメーカー等である。

順位	前年順位	社名	91年申告所得（百万円）	対前年伸び率(%)	所属協会
16	(43)	任天堂	151,582	53.6	―――
142	(132)	阪和興業	37,151	2.6	JAPEA
172	(208)	オリエンタルランド	28,997	24.1	―――
185	(145)	リコー	27,020	▲20.4	JAMMA
277	(418)	セガ・エンタープライゼス	変19,234	56.9	JAPEA , JAMMA NSA , AOU
321	(299)	ヤマハ	16,850	0.5	JAMMA
460	(653)	兼松	11,492	47.9	JAPEA
642	(560)	コナミ	8,453	▲ 8.0	JAMMA AOU
679	(554)	東京ドーム	7,986	▲13.9	―――
731	(608)	グローリー工業	7,363	▲12.4	JAMMA
751	(927)	タイトー	7,082	25.9	JAMMA,NSA AOU,JOU
1,039	(647)	富士電機冷機	4,931	▲37.2	JAMMA
1,095	(1,714)	ユニバーサル販売	4,676	65.1	JAMMA
1,114	(2,006)	カプコン	4,575	87.7	JAMMA AOU,JOU
1,309	(2,354)	サミー工業	3,888	90.5	JAMMA
1,457	(2,461)	ナムコ	3,446	77.3	JAPEA,JAMMA NSA,AOU
1,512	(1,532)	グローリー商事	3,316	2.4	JAMMA
1,513	(1,608)	よみうりランド	3,307	8.1	―――
1,627	(1,552)	日本コンラックス	3,093	▲ 3.0	JAMMA
1,774	(2,827)	三精輸送機	2,801	64.3	JAPEA
1,851	(1,789)	日光堂	2,688	▲ 1.2	JAMMA
2,045	(16,050)	ユニバーサル	2,420	670.7	―――
2,136	(2,429)	加賀電子	2,311	17.5	JAMMA
2,202	(3,192)	長島観光開発	2,230	46.8	―――

2,373	(5,327)	鈴鹿サーキットランド	2,065	124.9	———
2,746	(3,280)	ジャレコ	1,781	20.2	JAMMA AOU
2,771	(2,002)	明昌特殊産業	1,764	▲27.8	JAPEA
3,001	(3,863)	マタハリー	1,631	31.2	AOU, JOU
3,108	(5,487)	日邦産業	1,548	73.3	JAPEA JAMMA
3,289	(1,355)	川鉄リース	1,498	▲59.9	JAMMA
3,428	(5,613)	アスキー	1,443	64.7	JAMMA
3,548	(2,117)	テクモ	1,390	▲39.4	JAMMA NSA, AOU
3,740	(3,449)	浅海電気	1,317	▲ 6.1	———
3,876	(3,486)	大新東	1,273	▲ 8.3	———
3,965	(4,552)	飯田電機工業	1,248	18.0	JAMMA
4,551	(4,957)	新明和エンジニアリング	1,090	11.3	JAPEA
4,640	(4,393)	ナナオ	1,069	▲ 2.6	———
4,738	(8,428)	三井グリーンランド	1,048	78.5	———
5,625	(6,003)	フジヤ	887	8.8	JAMMA
6,014	(7,317)	須貝興行	833	24.0	———
6,199	(7,682)	テクノスジャパン	811	26.3	JAMMA
6,696	(7,534)	新東地域開発	749	14.5	———
7,371	(11,429)	エス・エヌ・ケイ	683	55.9	JAMMA AOU
7,471	(9,324)	大萩工業	675	25.9	NSA
7,692	(2,397)	サン電子	656	▲67.2	JAMMA
8,707	(4,412)	泉陽興業	583	▲46.6	JAPEA
9,073	(8,401)	伊藤忠産機	562	▲ 4.7	———
9,757	(25,913)	スナガ開発	524	168.7	JAPEA JAMMA
9,799	(22,460)	コナミエンタテイメント	521	132.6	———

順位	社名	90年度申告所得（百万円）	所属協会
10,307	旭精工	498	JAMMA
10,670	東映通信工業	変481	――――
10,980	アポロ	468	JOU , AOU
12,064	トーゴ	428	JAPEA , JAMMA , NSA , AOU
13,174	泉陽機工	394	JAPEA , JAMMA
13,559	トーケン	383	JAMMA
15,350	ダイエーレジャーランド	339	NSA
15,413	セイブ開発	338	――――
15,710	長崎オランダ村	331	――――
16,926	カルチャーブレーン	308	JAMMA
17,854	アトラス	292	JAMMA , AOU
24,383	中外アソシエーツ	212	NSA , AOU
24,427	豊島園	211	――――
24,501	東京サマーランド	211	――――
24,705	綜合ユニコム	209	JAPEA , JAMMA
24,716	友栄	209	JAMMA , NSA , AOU
25,743	西部リース	200	AOU
26,948	岡本製作所	191	JAPEA , JAMMA
27,307	東亜プラン	189	JAMMA
29,892	ユーズ	172	NSA
29,912	ワイドレジャー	172	NSA , JOU
31,809	マスセット	162	NSA
31,899	西郷会館	161	――――
33,149	サンレジャー	155	NSA
33,170	六甲環境計画	変155	――――
33,243	眞砂工業	154	JAPEA , JAMMA
33,697	コインゲーム	152	AOU
34,484	トピーグリーン	149	――――
34,615	後楽園ロコモティヴ	148	NSA , AOU
35,152	浦山商事	146	NSA
35,526	アルノ	144	AOU
35,698	マザー牧場	144	――――
35,726	大仙産商	144	JAMMA
37,392	ミゼッティ工業	137	JAPEA , JAMMA
37,967	相模湖ピクニックランド	135	――――
40,338	ニチエイアミューズメント	127	AOU
42,473	神戸ポートピアランド	120	――――
44,896	ダイフレックス	114	――――
46,140	こまや	110	JAMMA , AOU
46,138	モリタ	110	JOU , AOU
46,476	タニガワ	110	AOU , NSA
49,872	東映京都スタジオ	102	――――
51,431	藤和那須リゾート	99	――――

順位	社名	90年度申告所得（百万円）	所属協会
52,127	タツミ娯楽	97	AOU
52,156	タイガー娯楽	97	NSA , AOU
52,509	エヌアンドティ	97	—
52,825	フジユーエン	96	NSA , AOU
53,942	ヒューマン	94	—
54,864	ママトップ	92	AOU
57,201	タスコ	88	JAPEA , JAMMA , NPA
57,513	カワクス	88	JAPEA , JAMMA , NSA , AOU
59,174	昭和鉄工	85	JAPEA , NSA , AOU
59,501	オスローインター・ナショナル	85	—
59,557	コインジャーナル	84	JAMMA
61,042	アムス	82	NSA , AOU
62,207	ビデオシステム	81	JAMMA , AOU
65,456	エイブルコーポレーション	76	JAMMA
65,819	サンワイズ	76	JAMMA
67,118	神出商産	74	JAPEA
67,340	昭和技研工業	74	NSA
69,217	宝娯楽	72	AOU
69,588	東海ランド	72	NSA , AOU
71,212	大王振興	70	AOU
71,398	ジェイ・アール・イー	70	JAPEA , AOU
71,463	総商	70	JAMMA
72,365	北陸レジャー機器	69	AOU
73,664	ティーディーエス	67	AOU
74,545	福屋人形店	67	NSA
82,528	西日本大新東	60	—
89,034	佐伯工業	55	JAPEA
89,756	アミューズ	変54	JAPEA , NSA
95,081	サンエース	51	JAPEA , NSA
98,244	ホビーエンタープライズ	49	AOU
98,374	トニー	49	JOU , AOU
98,603	三景電機	49	JAPEA
98,784	カトウ製作所	49	JAMMA
98,813	岐阜特機	49	JAMMA , AOU
99,801	センシン	48	NSA , AOU
101,339	西日本ファミリーランド	47	—
101,669	大森電機	47	JAMMA
104,117	久竹娯楽	46	JAPEA
104,218	タップス	46	JAPEA
104,381	手取観光	46	—
110,320	明昌ネットワーク	43	—
114,094	メディア商事	41	AOU
115,544	ビスコ	41	—

91年は11ヵ月決算でも大幅な増収増益
92年3月期も伸び率100%

◆㈱セガ・エンタープライゼス

㈱セガ・エンタープライゼス（中山隼雄社長、本社東京）の決算月は3月。第32期（89年5月～91年4月）までは、4月30日が決算期だったが、国の会計年度及び多くの主要民間企業等の営業年度と合致させ、政府統計資料はじめ各種情報資料のより有効な利用、営業活動のより円滑な推進等を図るべく、第33期から決算期を3月31日に変更した。これにより、第33期は90年5月～91年3月の11カ月となっている。91年の決算期の数字を掲載した今回のランキングは、まさにこの33期の数字であり、同社の申告所得額の欄に「変」マークがついているのはこのため（なお、「週刊　東洋経済」では、変則決算の場合、金額を12カ月換算して示している）。

今回のランキング表の年度、91年3月期の同社の売上高は１０６５・８億円、経常利益１６５・７億円、当期利益82・4億円。前年度（89年5月～90年4月）は、売上高７８６・３億円、経常利益１１０・４億円、当期利益48・4億円であるから、91年3月期は11カ月決算にもかかわらず大幅な増収増益を達成したことになる。特に伸びが目立ったのは、コンシューマ販売部門とＡＭ施設部門。

部門別概況は次の通り。

〈業務用機器販売部門〉

同社が定評のある体感ゲームでは、「Ｇ－ＬＯＣ」「ＧＰライダー」をはじめ、３６０度全方向に回転することで話題になった「Ｒ－３６０」、業界で始めて32ビットＣＰＵを採用したドライブゲーム「ラッドモビール」を発売。その他のビデオゲームにおいては、マイケルジャクソンとのタイアップによる「ムーンウォーカー」、パズルゲーム「コラムス」「コラムスII」がヒットした。また、メダルゲームやプライズゲームの分野も、定番品、新製品を含め、売上げを伸ばした。ただ、輸出については、「東アジア地域への輸出が一巡したことや、米国の景気後退などの影響により」低調な結果となった。売上高は、前期比7・8％増の２３２・９億円（全体の21・8％、うち輸出分81・2億円）。

〈コンシューマ機器販売部門〉

国内においては、発売3年目を迎えた16ビット家庭用ビデオゲーム「メガドライブ」が、ゲームソフトのラインナップの充実に伴いハードウェア、ソフトウェアとともに売上げを伸ばした他、90年10月に発売した「ゲームギア」のヒットにより好業績となった。メガドライブ用ソフトとしては「スーパーモナコＧＰ」「ストライダー飛竜」「コラムス」「シャイニング＆タフネス」などがヒット。

輸出については、前期より米国を中心に輸出を開始した16ビット家庭用ゲーム「ジェネシス」がソフトウェアを中心に売上高を伸ばしたことや、8ビット家庭用ビデオゲーム「マスターシステム」の欧州をはじめとするワールドワイド販売展開により好業績となった。売上高は前期比48・4％増の５８２・８億円（全体の58・4％、うち輸出分81・2億円）。

〈アミューズメント施設運営部門〉

郊外型大型複合店舗を中心とした積極的な店舗展開により好業績。出店した主な店舗には、大阪府の天保山・ハーバービレッジにおける「シネセット」、宮城県の「セッツウイングス」等があり、それぞれ独自のコンセプトによる店舗を展開している。売上高は前期比42・1％増の２４６・３億円（全体の23・1％）。

●92年3月期●

同社の、34期（91年4月～92年3月）の業績もコンシューマ機器販売部門を筆頭に、業務用、ＡＭ施設部門とも更に大幅に伸びている。売上高２１３３・２億円（伸び率１００％）、経常利益３３４・８億円（伸び率１０２％）、当期利益１４０・１億円（伸び率70％）。

部門別に見ると、

〈業務用機器販売部門〉

売上高は前期比56％増の３６４・３億円に（全体の17・1％）、うち国内売上高２９０・６億円、輸出売上高73・7億円。業績に大きく貢献した製品は、「ニューＵＦＯキャッチャー」や「ドリームキャッチャー」等のプライズゲーム及びそれらの景品、「ワールドダービー」や「ビンゴサーカス」「ロイ

ヤルアスコット」等のメダルゲーム、「F1エキゾーストノート」「レールチェイス」「ラッドラリーツイン」等のビデオゲーム。輸出については、「欧米市場、アジア市場とも需要の一服感が続いており」、引き続き盛り上がりに欠ける結果となった。

〈コンシューマ機器販売部門〉

売上高は前期比132%増の1351・2億円（全体の63・3%）、うち国内売上高は249・4億円、輸出売上高は101・8億円。国内においては、16ビット機の市場が拡大する中で、「ソニック　ザ　ヘッジホック」「シャイニング・ホース」等のヒットにより業績を伸ばした他、メガドライブ用CD－ROMプレイヤー「MEGA－CD」を発売、マルチメディア市場への足がかりとした。また、輸出については米国および欧州市場を中心に業績は大きく伸長。米国市場においては8ビット機から16ビット機へ市場が大きく移行する中で、「ソニック　ザ　ヘッジホッグ」の大ヒットを推進力として大幅に販売を伸ばし、欧州市場においては、折からの家庭用ビデオゲームのブームを背景としてヴアージン・マスタートロニック社の買収による販売体制の強化やソフト供給体制の強化、16ビット機の本格投入等の施策により、大幅に事業を拡大した。

〈アミューズメント施設運営部門〉

売上高は前期比68%増の414・1億円（全体の19・4%）。近年来の郊外型大型複合店舗を中心とした積極的な店舗展開が大きく実を結んだ結果となった。出店した主な店舗は、国内最大級の大型店舗となった静岡県の「セガ・チャーリーワン」や、奈良県の〝トイザラス〟やファーストフード等との複合店舗「ハイテクランド　セガ　ファンタジーワールド」をはじめ、宮城県の「ハイテクランド　セガ　R45」、愛知県の「セガ　ワールド　サウスウエスト」、兵庫県の「セガ　ワールド　つかしん」、宮城県の「セガ　ワールド　ヒダカプラザ」等。

セガ・エンタープライゼスでは、上場以来積極的な還元政策を実行しており、92年3月期についても期末日を基準とした1対1・3の株式分割を行ない、配当についても年間1株あたり8円増配の20円を予定している。なお、同社及び米国子会社セガ　オブ　アメリカ　インクと、米国人発明家コイル氏との米国での特許訴訟に関し、5月12日に和解が成立、両社で総額4300万米ドルの和解金をコイル氏に支払うこととなったが、そのうちセガ・エンタープライゼスが負担する2867万米ドル（円貨換算38億1000万円）については92年3月期の特別損失に全額計上、その上での334億円の経常利益であり、次期以降の業績に与える影響はないという。ちなみに、93年3月期の業績については、売上高2780億円、経常利益436億円、当期利益230億円が見込まれている。

91年は大幅続伸だが、92年は米国市場の冷えこみが悪影響

◇コナミ㈱

コナミ㈱（西村靖雄社長、本社神戸、東京）は、今回640位。前回の560位からダウン、申告所得額もマイナスの伸び率となっているが、売上高は前期比34・5%増の伸びを見せている。

ランキングに該当する91年2月期（90年3月1日～91年2月28日）の同社の業績は、売上高508億9000万円、経常利益83億940

0万円（対前期比6・6％減）、当期利益45億9200万円（1・6％減）。売上高が大幅に続伸したことについて同社では「業務用部門で、店舗の大型化、ファッション化によるユーザー層の広がりが一段と進み、また、家庭用部門では、ソフト市場が日米に加え欧州その他にも広がり巨大市場になってきているため」と分析している。なお、売上高アップに対し、利益が前期比でダウンしているのは、円高による為替差損の影響。同社の場合、輸出割合が多く、91年3月期は売上げの74・3％にも達している。

売上高の内訳は、業務用販売部門45億4200万円（全体の8・4％、うち輸出高は21億9900万円）、家庭用販売部門442億3100万円（同79・1％、うち輸出高349億9400万円）、ロイヤリティ他20億3600万円（うち輸出高5億9500万円）。

一方、92年2月期（91年3月1日～92年2月29日）は、業務用部門に関しては順調に推移したが、家庭用部門において、欧州市場が拡大したものの米国市場の冷えこみによる影響が大きく、全体として業績は伸び悩んだ。

92年2月期の売上高は470億800万円（前期比7・3％減）、経常利益は81億1900万円（同3・3％減）、当期利益は40億5900万円（同11・6％減）。売上高の内訳は、業務用販売部門が前期比55％増の70億3800万円、家庭用販売部門が前期比15・8％減の372億7200万円、ロイヤリティ他27億7000万円となっており、このうち輸出高はそれぞれ47億4200万円（業務用売上高全体の67・4％）、234億7100万円（家庭用売上高全体の63％）、2億7700万円（ロイヤリティ他全体の10％）と、全売上高の60・5％を占めている。

91年3月期、92年3月期の配当状況は、91年が1株当り年間12円（配当性向7・9％）、92年が15円（同11・1％）。

同社の研究開発費は、91年3月期で34億1759万円（前期比22・4％増）、92年3月期で43億3662万円（同26・9％増）と推移。国内外ともに順調に推移している業務用部門に加え、家庭用部門も巻き返しを図るべく、今夏、欧州向け「スーパーファミコン」ソフトを投入する計画である。ちなみに、コナミでは、93年より決算期を3月に変更、今期は92年9月、次期は93年3月と変則決算になる。予測されている業績は、今期（92年3月1日～9月30日）が売上高213億円、経常利益27億円、当期利益14億円、次期（92年10月1日～93年3月31日）が売上高291億円、経常利益55億円、当期利益27億円。同社の配当状況は、91年2月期が1株当り年間12円（配当性向7・9％）、92年2月期が15円（11・1％）。今期は1株当り年間8・75円、次期は7・5円が予定されている。

オペレーション・レンタル収入を中心に、順調に推移

◇㈱タイトー

ランキングで751位についた㈱タイトー（長谷川桂祐社長、本社東京）は、自分を愛するという心を持って人をも愛するという思

想のもと、「お客様の要求を完璧に満たす」という目的意識を合わせて持ち、①徹底したサービス、②ニーズをいち早く捉え、独創的なアイデア、ハイテク技術力をもって製品へ具現化する、ということを企業ポリシーとしている。

　ランキングに該当する91年3月期（90年4月1日～91年3月31日）は、「店舗の大型化、活性化によるイメージの一新と、余暇時間の拡大に伴う客層の広がりにより」好調に推移。売上高は前期比11・5％増の688億300万円、経常利益は同15％増の69億2500万円、当期利益は同11・1％増の32億900万円となった。

　売上高の内訳は、オペレーション・レンタル部門が385億5100万円で、全体の56％を占め、販売部門が298億3700万円で全体の43・4％。直営店舗の活性化と大型店舗の積極的な展開、クレーンゲームなど定番製品のラインアップ化が、増収に貢献したと分析されている。

　一方、92年3月期（91年4月1日～92年3月31日）の売上げは前期比19・4％増の821億3200万円。経常利益81億400万円（17％増）、当期利益41億5900万円（30％増）。

　売上高の内訳は、オペレーション・レンタル部門が502億3000万円（全体の61・2％）、販売部門が315億7400万円（同38・4％）となっており、前年比で、前者30・3％増、後者が6％増と、オペレーション・レンタル部門の伸びが目立つ。92年3月期に出店した主な店舗は「サンサーカス」（京都、神戸、愛知県一宮市）「DO館」（埼玉県熊谷市）、「パラダイストレイン」（三重県四日市市）、「デイトナ」（町田市）など。個々にテーマ性のあるロケーションであり、客層の拡大と客単価の伸びが見られるという。また、販売部門については、メダルゲーム、クレーンゲームなど定番製品のラインアップ化と販売力向上が増収の事由にあげられている。

　なお、91年3月期、92年3月期とも、利益配当状況は、1株あたり年間1万円（1株額面5万円）となっている。

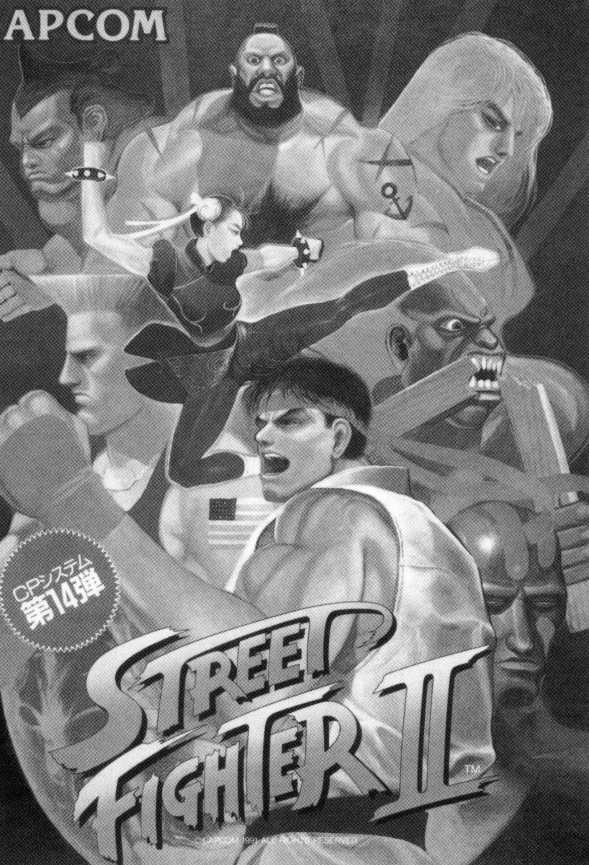
　予想されている次期（92年4月1日～93年3月31日）の業績は、売上高924億円、経常利益87億円、当期利益44億円。

会社員の6割が開発要員
業務用、家庭用のバランス良い開発

◇㈱カプコン

㈱カプコン（辻本憲三社長、本社大阪）は、『週刊 東洋経済』の調査した〝3期連続増益会社で対3期前比伸び率の大きい会社〟のベスト3にもランクした。91年申告所得額は45億7400万円、対88年比伸び率6728・4％。著しい伸び率である。

　今回のランキングに該当する91年3月期（90年4月1日～91年3月31日）の売上高は、前期比49・4％増の264億5200万円、経常利益は同95・2％増の38億1400万円、当期利益は同104％増の17億3400万円。この大幅な伸びについて同社では「欧州市場の拡大やスーパーファミコンの発売による需要拡大」を要因にあげている。売上高の内訳は業務用機器販売が全体の29・9％の103億4200万円、家庭用が全体の63・8％の154億300万円、ロイヤリティ他7億600万円。

　同社の経営理念は、「遊びの文化」をクリエイトすることにより「遊びの社会性」をより高めること。「遊びの文化」をクリエイトするための原点として、価値観の多様化、感性の変化などに対応した

ゲームソフトづくりをあげており、経営理念の実現にむけて、①ソフト企画、開発力の強化、②比較優位なソフト開発のための制作技術の向上、③戦略的な販売チャネルの確立、④経営管理体制の強化、の4つの経営方針を掲げている。

開発要員は全社員の6割（約400名）。業務用ゲーム機から出発した会社であるため、当社独自のCPシステムをはじめ、業務用ゲームソフト開発については数多くの開発、技術ノウハウを有しているとし、「業務用と家庭用の両ソフト面での連携プレイ、バランスのとれた開発」を基本的に維持していく方針。業務用と家庭用ではファン層が重なるため、業務用ゲームの人気作品を家庭用ゲームに移植することで、当たるかどうかの予測が難しい家庭用ゲームでも安定的なヒットをとばすことができる、という考えが基になっている。その良い例として同社があげているのが「ストリートファイターII」。

将来的には、6割を占める開発要員のその開発力を生かし、ゲームソフト開発で培った技術ノウハウを応用したより高度な新製品の開発も検討していきたいとしている。ちなみに、研究開発費は、91年3月期で16億5200万円、92年3月期で23億6900万円。

一方、92年3月期（91年4月1日～92年3月31日）については、売上高354億4500万円（前期比34%増）、経常利益57億3000万円（前期比50・2%増）、当期利益26億8100万円（前期比54・6%増）。「アミューズメント施設の市場拡大、スーパーファミコンの普及と欧州市場の活性化による需要増」を業績好調の要因にあげており、利益に関しては、売上増に加えて「半導体価格の低下や業務用機器の生産性向上、金融収支の改善」も増加の一因として分析している。

部門別売上げ状況は、業務用が全体の29・9%の105億9635万円（うち輸出52億1167万円）家庭用が全体の63・8%の226億8874万円（うち輸出119億9369万円）、ロイヤリティ他で22億4051万円（うち輸出3億1160万円）。

92年3月期の利益配当金については、前期の1株20円（普通配当10円、記念配当10円）に10円増額、1株につき30円（普通配当10円、中間配当10円、特別配当10円）。また、92年3月期は1株につき0・3株の割合をもって無償新株式を発行した。

次期（92年4月～93年3月）の業績としては、売上高434億円、経常利益70億円、当期利益33億円が見込まれている。

より高次の精神的充実を追求
業務用、ロケ収入が順調に伸長

◇㈱ナムコ

「身近な余暇への指向、商業施設の大型化に伴う娯楽施設に対する需要の高まり、ロードサイド市場の拡充に加え、業界サイドの努力によるイメージの向上、提供サービス機器の開発が参加人員の増加、構成の多様化（女性客・カップル）をもたらし、現在の好況をつくっている」とする㈱ナムコ（中村雅哉社長、本社東京）では、業

務用販売、娯楽施設収入により順調に業績を伸ばしている。
　ランキングに該当する91年3月期（90年4月1日～91年3月31日）の業績は、売上高456億8600万円（前期比14・1％増）、経常利益32億200万円（18・4％増）、当期利益15億1000万円（28・5％増）。売上高の内訳は、業務用販売83億9700万円（全体の18・4％）、家庭用販売110億5100万円（24・2％）、娯楽施設収入258億300万円（全体の56・5％）、ロイヤリティ4億3400万円となっており、そのうち輸出額は25億4200万円。前期と比較すると、娯楽施設収入は31・8％とアップと大幅に、業務用販売も7・6％アップと伸びているが、家庭用販売は0・8％ダウンしている。
　同社の近年の動向として上げられるのは、①通信機能、移動体通信、CG等の最先端技術の機器への応用、展開、②テーマパーク事業を始めとする新業態開発の推進、③営業店舗における差別化戦略としての人材育成計画の推進。研究開発費も年々アップ、90年3月期は22億2200万円、91年3月期は25億5900万円、92年3月期は30億6900万円と推移している。
　92年3月期（91年4月1日～92年3月31日）の業績は売上高543億4800万円（前期比19％増）、経常利益36億4700万円（13・9％増）、当期利益17億3700万円（15％増）。各部門別の売上げの内訳及び状況は次の通り。

〈業務用販売部門〉
　国内及び海外において「スターブレード」「ゴーリーゴースト」をはじめとする各種新製品を発売するとともに、「ファイナルラップ2」「ニュースイートランド」も継続的に販売。また、シミュレータ関連としては引き続き交通安全教育用ドライビングシミュレーターを販売、CG事業については、従来のテレビコマーシャル、番組タイトルに加え、ハイビジョン映像、公共事業のためのシミュレーション映像など多岐にわたる分野での映像制作を行なった。売上高は、全体の23・6％を占める128億4200万円。対前期で52・9％もの伸びを見せた。

〈家庭用販売部門〉
　「ゲームソフトに対する選別が一層厳しさを増し多品種少量化の傾向が強まる」中、従来からの家庭用ビデオゲーム機に対応するソフトとして22種を発売、加えて、新たにスーパーファミコン対応のソフト2種を発売した。その中で、特にスーパーファミコン対応の「スーパーファミスタ」「スーパーワギャンランド」がヒット商品となり好評な売れ行きを示した。また、92年3月期より欧州市場への輸出にも着手した。売上高は全体の20％を占める108億8800万円、対前期で1・5％減となった。

〈娯楽施設収入部門〉
　同社では「ナムコランド」「キャロット」「プラボ」「プリッズ」という年齢、立地別の業態展開を推進、中でも150坪以上の大型店を中心に出店を進めている。92年3月期は、プラボの代表格として大阪市中央区の複合レジャービル内に「プラボ千日前」、ナムコランドの代表格として京都府城陽市の商業施設内に「ナムコランド・アルプラザ城陽店」など、従来にはない大型店を出店した。この他、都市型テーマパークとして92年2月29日にオープンさせた「ナムコ・ワンダーエッグ」は、開園以来予想を越える評価で、業績にも貢献した。売上高は全体の55・8％を占める303億3200万円。対前期で17・6％増となった。

〈ロイヤリティ〉
　ロイヤリティ収入は2億8400万円。米国市場に対する従来の直ライセンス方式から同社製品の直販方式へ変更したことにより、前

期の4億3400万円から減。
　利益配当状況は、91年3月期が年間配当金8円、配当性向22・1%、92年3月期が年間配当金10円（記念配2円含む）配当性向24%。
　新規事業展開としてあげられるのは、①92年4月1日付けでテーマパーク事業部を新設、「ナムコ・ワンダーエッグ」を初めとするテーマパーク事業の展開、②CG技術を基としたシュミレーション事業の展開。93年3月期（92年4月1日～93年3月31日）の業績については、売上高660億円、経常利益43億円、当期利益21億円が見込まれている。

米国家庭用市場の情勢に鑑み出荷抑制 91年期は売上高増だが前期比で利益減

◇テクモ㈱

　テクモ㈱（柿原孝社長、本社東京）では、ランキングに該当する91年3月期（90年4月1日～91年3月31日）、海外部門の売上高が前年比で33・8%減となったことが影響し、経常利益、当期利益がマイナスの伸び率になった。
　海外部門の業績が思わしくなかったのは、「家庭用部門において、前年に米国を中心に広範囲かつ大量に普及したファミリーコンピューターのソフトの輸出が、91年3月期後半、荷もたれ感により一服気味となった」ため。逆に欧州への出荷は本格化のきざしを見せ始めたが、しかし、米国への出荷を下期に抑制したことが響いた。
　同社では業務用部門において市場が一段と広がりを見せる中、「絶えずユーザーのニーズに即応した新製品の開発に注力するとともに、前期に引続きアミューズメント施設収入部門と業務用機器販売部門の強化に一層の力を傾注」。その結果、92年3月期は売上高122億4600万円（前期比9・8%増）を計上したものの、経常利益は15億2200万円（同27%減）、当期利益は8億3200万円（同10・5%減）となった。部門別の状況は次の通り。

〈業務用部門・国内〉
　新たに開発したプライズマシンやメダルマシン等を定番製品として継続して販売した他、数機種のソフトを発売。売上高は前期比83・2%増の30億2200万円（全体の24・7%）となった。

〈家庭用部門・国内〉
　従来のファミコン市場が成熟化の段階に達するなか今までのヒット作品をシリーズ化した「キャプテン翼Ⅱ」「忍者竜剣伝Ⅱ」の2作品を主力に販売。売上高は前期比120・5%増の33億1300万円（全体の27%）と大幅な伸びを見せた。

〈アミューズメント施設収入部門〉
　大型施設として八百半天竜店及び西神そごう店の他2店を新規出店。既存店への積極的な機器の投入も行なった。売上高は前期比31・6%増の12億3800万円（全体の10・1%）。

〈海外〉
　米国の家庭用コンピューターゲーム市場では前半は比較的順調に推移したが、前述のように、後半に入ってソフトの供給過剰懸念から出荷調整を行なった。米国市場での主たる販売ソフトは「テクモボウル」及び「忍者外伝Ⅱ」。他方、欧州その他の市場に家庭用ソフトの出荷を開始し、2億4200万円の売上を計上した。海外部門の売上は業務用もあわせて46億7100万円（前期比33・8%減）。売上高全体の38・1%を占める。
　一方、92年3月期（91年4月1日～92年3月31日）に関しては、業務用部門、アミューズメント施設収入部門が順調に伸長、海外についても欧州への家庭用ゲームソフトの輸出が本格化して前期比で増収、全体的に売上高、経常利益、当期利益とも前期を上回った。
　92年3月期の業績は、売上高143億5300万円（前期比17・2%増）、経常利益16億1700万円（前期比6・2%増）、当期利益8億3800万円（前期比0・8%増）。部門別の状況は次の通り。

〈業務用部門・国内〉
　従来の定番製品の継続販売の他、カーニバル機器の輸入販売、高インカムの期待できるゲームソフトの一括受託販売を積極的に実施。売上高は前期比34・8%増の40億7400万円（全体の28・3%）となった。

〈家庭用部門・国内〉

ファミコンソフト6作品、ゲームボーイソフト4作品を新規投入、「おぼっちゃまくん」及び「キャプテン翼VS」の2作品を主力に販売した。売上高が倍増した前期に対し12・8%減の28億9000万円（全体の20・1%）の売上高。

〈アミューズメント施設収入部門〉

首都圏2店舗、東北1店舗、九州2店舗、沖縄2店舗の計7店舗を新規出店。既存店舗のリニューアル、新機種の投入等の積極的な投資も行なった。その結果、売上高は前期比43%増の17億7100万円（全体の12・3%）とアップした。

〈海外〉

米国の家庭用ゲーム市場が前期における流通在庫の後遺症もあり引き続き厳しい情勢で推移する中、NESソフトの新作「テクモスーパーボウル」「忍者外伝III」を主力に輸出。また、欧州への家庭用ゲームソフトの輸出も本格化、「シャドー　ウォーリアーズ」を主力に、数量ベースではゲームボーイ用ソフトを含め前期比6倍強の輸出量となった。海外における売上高は、業務用ゲームソフトも含めて前期比20・2%増の56億1600万円（全体の39・1%）となっている。

ネオジオ発売から2年 安定したソフト提供等が奏効

◇㈱エス・エヌ・ケイ

㈱エス・エヌ・ケイ（川崎英吉社長　本社大阪）の決算期は9月。ランキングに該当する91年期は、90年10月1日〜91年9月30日であり、同期の売上高は175億1900万円（前期比48%増）、経常利益5億2200万円（同91・2%増）、当期利益2億4600万円（同79・6%増）となっている。

同社の代表機種である「ネオジオ」が発売されたのは90年3月。91年期は、ネオジオの影響を大きくうける期になったわけだが、同社では、「ネオジオの販売以来（現在で）2年を経、日本国内はもとより世界各地のマーケットに受け入れられ、安定した良いソフトの提供と新たなるマーケットの開発やリース事業の全国展開、新機種開発を行なったことが大きく貢献した」と、業績の伸びを分析している。ネオジオは筐体、ソフトともに同社の稼ぎ頭として健闘している。ちなみに研究開発費は90年9月期で9億8000万円、91年9月期で11億2300万円と推移。

91年9月期の部門別売上状況は、業務用販売部門が前期比183・4%増の147億7400万円、家庭用販売部門が前期比58・7%減の26億1900万円。その他、ロイヤリティー他1億2600万円。3倍近い大幅な伸びを示している業務用販売は、全体の実に84・39%を占めている。

最近の同社の動向としてあげられるのは、①利便性のある機器の開発（通信、CGを活用）展開、②直営ゲームセンターの拡大、③リース特約代理店の拡大。

現在、同社の直営ロケは数少なくロケ収入は売上高に大した影響を及ぼしていないが、今後、「ネオジオランド」「スペース2020」

というような、年齢別、立地別の業態を持ったロケ展開（100坪以上を中心）を積極的に実施していく構え。今期も実際に数店舗の出店を計画している。

92年9月期の業績として見込まれているのは、売上高254億円、経常利益73億円、当期利益38億円、なお、年間の利益配当率は、90年9月期10％、91年9月期10％となっている。

超ド級ゲーム「ネオ・ジオ」

91年5月期は、米国カジノの整理に伴う損失で赤字決算

◇㈱シグマ

昨年、申告所得額10億4200万円で4588位だった㈱シグマ（真鍋勝紀社長、本社東京）が、今回ランキングから姿を消した。ランキングに該当する91年5月期（90年6月1日～91年5月31日）の売上高は206億円。経常利益は前期比17・9％増の18億4000万円。本来ならば申告所得ランキングも前回を上回る順位だったはずだが、同社グループが米国ラスベガスのダウンタウン地区のカジノホテルの経営から徹退することになったため、その整理に伴う損失が出て結局は赤字決算となった。

87年9月にオープンしたカジノホテル「パークホテル　アンドカジノ」は、シグマの現地法人であるファンタジア・カジノ・インクが経営を行なっていたもの。ラスベガスのカジノの大型化が進む中、他との競争にうち勝つ巨額の投資が投資効果の面から見て得策でないこと、シグマの株式公開のための実務的な支障となり得ることが懸念された（カジノの経営は州政府機関GCBの厳しい管理下にあり、株式移動が自由にできないため）などの理由で、90年9月にクローズした。

ファンタジア・カジノ・インクはシグマの100％子会社。従って、およそ30億円の負債はシグマが全額かぶることとなり、91年5月期の利益は、最終的に5億8400円のマイナスとなっている。

シグマの91年5月期の売上高の内訳は、AM施設収入149億円、機器販売収入56億円。ちなみに、90年5月期はAM施設収入121億円、機器販売収入66億円。91年5月期はAM施設収入が前期比で23％伸びている一方で、機器販売収入が減となっているが、これは90年5月期に特需があった関係で、メダル機の輸出規模が大幅に拡大したため（その後、沈静化）。

ところで、シグマは株式公開準備の一環として関連会社の整理を進めており、91年5月末、ゲーム機械及び周辺機器の仕入、販売、輸出入を行なっていたシグマ商事㈱（100％子会社）から主要事業をひきとった。シグマはAM施設の運営、ゲーム機械および周辺

Ⓐ Ⓜ 業界・続伸

日本経済が下降局面に入っている中、アミューズメント業界、特に小型ゲーム業界は景気低迷の影響を受けていない。本稿であげた8社のうち、92年期の売上高が前期比でマイナスの伸び率を見せたのはコナミのみ（決算月が9月のエス・エヌ・ケイの場合は見込みの数値）。同社の場合、輸出家庭用ビデオゲームの売上比率が非常に大きく（92年3月期は全売上高の50％、前期は68・8％）、米国市場の冷えこみがもろに影響したのだが、逆に、国内の家庭用及び業務用の売上高はいずれも伸びている。

米国の特に家庭用ゲーム市場は、市場の飽和から比較的厳しい情勢が続いている。しかし一方で、欧州市場が拡大、各社とも欧州への輸出が本格化してきており、輸出部門は回復の兆しも見せ始めてもいる。ただ、多くのメーカーが米国市場の冷え込みを指摘する中、セガ・エンタープライゼスは、16ビット機「ジェネシス」のソフトウェアを中心にした伸び、特に「ソニック　ザ　ヘッジホック」の大ヒットが業績に大きく貢献、また、カプコンも「ストリートファイターII」をヒットさせている。

次に、AM施設部門。これに関し

機器の開発・製造を業務内容としていたから、シグマ商事からの営業吸収により、92年5月期（91年6月1日～92年5月31日）は、機器販売部門の大幅増収、つまりこれまで以上の売上高が見込まれている。同期の正確な業績の数字は現在まとめられている最中だが、売上高はおよそ288億円とされ、その内訳はAM施設収入177億円（前期比18・8％増）、機器販売収入111億円（前期比98・2％）。「やや予想より悪い」というものの「増収基調にある」とのことだ。

92年5月期に新たに出店した店舗は9つ。順調に推移しているAM施設部門に関しては、93年5月期で10店舗のオープンが予定されている（新築ビルの予約契約によるもの）。また、機器販売部門については国内においてAM施設が活況を呈していることから、国内向けの開発を強化する方針。同社の関発費は売上高の5％内外となっている。

なお、92年5月期で売上高のおよそ20％を占めている輸出の割合は、93年5月期は前期並か若干の減収となることが予想されている。これは、「アメリカ以外は市場が成り立っていない」ことが原因。ちなみに、以前、シグマ商事の主力となる輸出先はラスベガスを中心とした北米だったが、91年5月以降、米国への販売は現地法人のシグマ・ゲーム・インク（真鍋社長等の個人の出資により設立）が一手に掌握することとなり、シグマは米国における機器の販売は行なっていない。

シグマでは93年5月期（92年6月1日～93年5月31日）については、「当然増収増益を目差す」としている。

ては中小オペレーターも含め、全国的に順調に推移している。首位は現在タイトー。とはいえ、目下、各社の出店〝競争〟は激しさを増しており、次期以降果たしてどうなるか予断を許さない状況だ。ちなみに都心部で4～6月にオープンしただけでも、上野の「パセラ」（セガ）、新宿の「タイトー・イン・ゲーム・ワールド」（タイトー）、横浜の「トレルワン」（シグマ）と、月間1億円以上の売上げを見込むロケーションは3つ。また、来春にはシグマとタイトーが〝激戦区〟渋谷にアミューズメントビル出店の計画を発表するなど、勝負の構えを見せている。こうした状況を見る限りでは、これまで各社が唱えていた〝郊外型複合店舗〟から、〝繁華街中心部大型アミューズメントビル〟への移行も、新しい流れとして定着しつつある。他方、ナムコではAM施設というより、テーマパーク展開に力を入れ始めている。この分野に関しては、セガの屋内型AM施設「テラ」（94年大阪に開設）がそうした形式になることも考えられるなど、もう1つの新しい流れを感じさせている。

■全国から2万1343枚の有効回答回収

「ゲーム場についてのアンケート」集計結果

AOU広報委員会実施　期間：平成3年12月1～31日

客単価1375円/滞留時間2時間/名称はゲームセンターのままで良い

㈳全日本アミューズメント施設営業者協会連合会（梅原靖三会長、事務局東京、略称ＡＯＵ）の広報委員会（平本将人委員長）が実施した「ゲーム場についてのアンケート」の集計結果が発表された。本稿ではＡＯＵより資料の提供をうけ、この集計結果をグラフ、もしくは表で掲載するとともに、弊誌なりの分析を加えた。

●

同アンケートは、計15万枚のアンケート用紙（受取人払いのハガキ、次ページ参照）を各都道府県のオペレーター協会を通じて会員店舗に配布、郵送回収するという方法で実施された。調査期間は平成3年12月1日～31日の1ヶ月間。回収枚数は2万1468枚（回収率14.3％）、うち有効枚数2万1343枚（14.2％）となっている。

こうしたアンケート調査が行われたのは今回で2回目。前回は1年前、平成2年12月に実施されている。ただ、前回の調査は、プレイヤー対象のゲーム雑誌『月刊ゲーメスト』にアンケートハガキ（受取人払い）を折り込むという方法を採っており、有効回収枚数も3090枚（《表2》参照）。どちらかと言えば解答者にゲームマニアの傾向があった前回に比べ、今回は《表1》でも明らかなように、幅広く数多いユーザーからの回答をもとに集計がなされている。

そうした意味では、前回と今回の調査を単純に比較することはできないが、敢えて2調査の回答者の状況をつきあわせてみると女性の割合のアップ、顧客の年齢アップが読みとれる。今回、回答者のほぼ7人に1人の割合が女性、高校生以上は8割以上を占めている。

なお、各都道府県別の回収状況は《表3》の通り。

《表1》

性別	～10才	構成率	11～15才	構成率	16～17才	構成率	18～20才	構成率	21～30才	構成率	31～41才	構成率	41才～	構成率	無回答	構成率	合計
男	282	1.6	3,304	18.2	3,728	20.6	5,638	31.1	4,271	23.6	544	3.0	287	1.6	77	0.4	18,131
女	194	6.0	293	9.1	298	9.3	899	28.0	1,075	33.5	249	7.8	173	5.4	31	1.0	3,212
合計	476	2.2	3,597	16.9	4,026	18.9	6,537	30.6	5,346	25.0	793	3.7	460	2.6	108	0.5	21,343

平成2年12月実施

《表2》

性別	～10才	構成率	11～15才	構成率	16～17才	構成率	18～20才	構成率	21～30才	構成率	31～40才	構成率	41才～	構成率	無回答	構成率	合計
男	3	0.1	588	19.4	950	31.4	1,099	36.3	325	10.7	2	0.1	0	0	61	2.0	3,028
女	0	0	9	14.5	23	37.1	19	30.6	8	12.9	0	0	0	0	3	4.8	62
合計	3	0.1	597	19.3	973	31.5	1,118	36.2	333	10.8	2	0.1	0	0	64	2.1	3,090

全体(2万1343人)

- 学生
  - 小学校 4.0%(853人)
  - 中学 12.8%(2735人)
  - 高校 24.3%(5183人)
  - 大学 16.2%(3449人)
  - その他学校 9.2%(1965人)
- 有職者
  - アルバイター 7.5%(1592人)
  - 自営業 2.4%(509人)
  - 会社員 16.6%(3538人)
  - 公務員 1.1%(229人)
  - その他 4.9%(1048人)
- 不明 1.1%(242人)

男性(1万8131人)

- 学生
  - 小学校 3.2%(581人)
  - 中学 14.0%(2545人)
  - 高校 26.4%(4791人)
  - 大学 17.2%(3113人)
  - その他学校 9.7%(1760人)
- 有職者
  - アルバイター(1316人)7.3%
  - 自営業 2.3%(422人)
  - 会社員 15.3%(2766人)
  - 公務員 1.1%(198人)
  - その他 2.6%(476人)
- 不明 0.9%(163人)

女性(3212人)

- 学生
  - 小学生 8.5%(272人)
  - 中学 5.9%(190人)
  - 高校 12.2%(392人)
  - 大学 10.3%(336人)
  - その他学校 6.4%(205人)
- 有職者
  - アルバイター 8.6%(276人)
  - 自営業 2.7%(87人)
  - 会社員 24.0%(772人)
  - 公務員 1.0%(31人)
  - その他 17.8%(572人)
- 不明 2.5%(79人)

ゲーム場についてのアンケート・募集

ゲーム場にご来場の皆様にお願い

社団法人全日本アミューズメント施設営業者協会連合会(略称:AOU)は、アミューズメント施設(ゲーム場)営業者で組織されている全国の団体です。

AOUでは、ゲーム場が皆様の身近な娯楽の場所として、「気軽に・楽しく・気持ち良く」遊べる場所であるように努力致しておりますが、皆様はどうお感じでしょうか。ご意見をお聞きして、より一層皆様に親しまれるゲーム場になるよう努力を致したいと思っております。

その一環として、プレイヤーの皆様を対象とした「ゲーム場についてのアンケート」を企画致しました。是非ご応募下さいますようお願い申し上げます。

※ご応募された方より抽選で、お礼に景品を差し上げます。

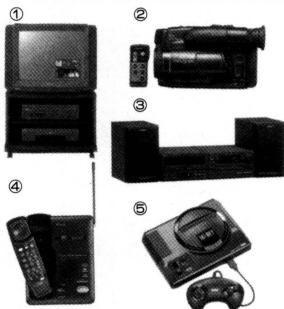
◎ゲーム場に備え付けの応募用紙を受取り、ハガキを切り取って記入の上、皆様が直接ポストに投函して下さい。応募ハガキは受信人払いになっていますので〔切手〕は不要です。

◎応募の締切は、ハガキの投函日が 平成3年12月31日までとします。

◎応募者に抽選で景品をご送付します都合上、各都道府県及び住所並びにお名前は正確にご記入下さい。

※景品の種類及び当選点数は下記の通りです。発表は景品の発送をもってかえさせて頂きます。

〔景品の種類と当選点数〕

1. BS内蔵25TV………1点 (BSアンテナ付き) TOSHIBA 25BS95N
2. ビデオカメラ………1点 (専用キット付き) SONY CCD-705 (パスポートサイズ)
3. ミニコンポ…………1点 SONY PIXY-303
4. ダブルコードレス………2点 (留守番電話) SHARP CJ-A251
5. メガドライブ………5点 (ソフト=ソニック付き) SEGA ENTERPRISES

①②③④⑤

【社団法人 全日本アミューズメント施設営業者協会連合会】

〈切り取り線〉

郵便はがき

101-00
042

料金受取人払
神田局承認
5813

差出有効期間
平成3年12月
31日まで
(切手不要)

(受取人)
東京都千代田区神田佐久間河岸91
リバーサイドトナカイビル503
(社)全日本アミューズメント施設
営業者協会連合会
AOUアンケート係 宛

〈ご意見があればお聞かせ〈ださい〉

ゲーム場についてのアンケート

「応募ハガキ」〈切手不要〉を切り取り、次の質問事項に番号でお答え下さい。

◎学校・職業

①小学校 ②中学校 ③高校 ④大学 ⑤その他学校
⑥アルバイター ⑦自営業 ⑧会社員 ⑨公務員 ⑩その他

◎質問事項

質問1:1ケ月に平均何回位ゲーム場に行きますか。
①1~3回 ②4~5回 ③6~10回 ④11~15回 ⑤16~20回 ⑥21~25回 ⑦26回以上

質問2:1回ゲーム場に行くと、どの位使いますか。
①200円まで ②500円まで ③1,000円まで ④2,000円まで ⑤3,000円まで ⑥5,000円まで ⑦5,000円以上

質問3:1回ゲーム場に行くと、どの位いますか。
①30分まで ②1時間まで ③1時間30分まで ④2時間まで ⑤2時間30分まで ⑥3時間まで ⑦3時間以上

質問4:どのようなときにゲーム場に行きますか。
①ゲームを目的に ②新ゲームを目的に ③ぬいぐるみの獲得に ④気分転換に ⑤友だちとの待合せに ⑥時間つぶしに ⑦その他

質問5:ゲーム場の雰囲気はどうですか。
①とても良い ②良い ③普通 ④悪い ⑤ひどく悪い

質問6:ゲーム場の従業員の感じはどうですか。
態　度:①とても良い ②良い ③普通 ④悪い ⑤ひどく悪い
言葉使い:①とても良い ②良い ③普通 ④悪い ⑤ひどく悪い
服　装:①とても良い ②良い ③普通 ④悪い ⑤ひどく悪い

質問7:ゲーム場で最近1年間に、いやな思いをしたことがありますか。
①別にない ②いじめにあった ③たかりにあった
④その他(……………………………)

質問8:ゲーム場の名称は、ゲームセンター(ゲーセン)と言われていますが、この名称で良いですか。
①良い ②別の名称が良い(別の名称:……………………………)

質問9:この1年間で貴方がとても面白いと思われたゲーム機械名を2機種お書き下さい。
①……………………………
②……………………………

【社団法人 全日本アミューズメント施設営業者協会連合会】

〈切り取り線〉

アンケート・応募ハガキ

お名前　　男・女　　才
〒　(　　・都道府県)

■質問9をのぞき、番号でお答え下さい。

◎学校・職業 (　)
質問1 (　)
質問2 (　)
質問3 (　)
質問4 (　)
質問5 (　)
質問6 態　度 (　) 言葉使い (　) 服　装 (　)
質問7 (　) その他
質問8 (　) その他
質問9 ① ②

ご協力ありがとうございました、表面にご意見をお書き下さい。

〈各都道府県別の回収状況〉

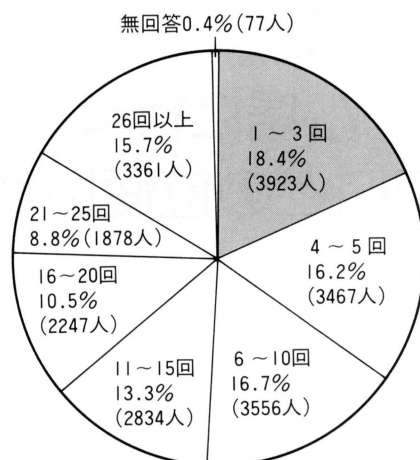
《表3》

（上段：男性　下段：女性）

	府県名	配布枚数	学校別回収数					職業別回収数					不　明	回収数	回収率
			小学校	中学校	高　校	大　学	その他学校	アルバイター	自営業	会社員	公務員	その他			
北海道地区協議会	北海道	2,800	30 2	16 4	89 15	103 5	42 3	22 7	7 2	78 10	5 0	7 37	5 0	404 85	14.4% 3.0%
東北地区協議会	青　森	1600	16 0	36 2	88 6	52 5	5 0	9 0	5 0	7 9	2 0	0 5	4 0	224 27	14.0% 1.7%
	秋　田	1,300	0 0	21 0	58 0	26 0	8 2	0 0	0 0	21 11	0 0	0 0	2 0	136 13	10.5% 1.0%
	岩　手	1,300	3 1	22 0	109 0	17 3	18 4	3 0	0 0	11 4	3 2	9 2	1 0	196 16	15.1% 1.2%
	宮　城	1,500	4 10	17 3	144 0	27 6	62 0	10 3	2 1	23 2	10 0	10 6	0 0	309 31	20.6% 2.1%
	山　形	1,300	1 0	23 1	69 3	42 3	44 2	2 8	3 0	25 7	0 0	0 3	2 0	211 27	16.2% 2.1%
	福　島	800	1 0	42 0	15 0	4 0	0 1	1 0	0 0	2 0	0 0	0 0	0 0	65 1	8.1% 0.1
北関東地区協議会	茨　城	2,300	13 14	62 9	77 7	10 0	54 0	6 3	2 2	81 22	7 1	6 11	0 2	318 71	13.8% 3.1%
	栃　木	5,000	27 8	86 5	84 9	5 1	21 1	8 3	111 3	60 24	0 1	5 4	3 0	410 59	8.2% 1.2%
	群　馬	3,000	10 10	48 0	132 14	38 11	41 10	25 1	6 0	63 33	5 1	8 14	2 3	378 97	12.6% 3.2%
	埼　玉	2,000	14 5	54 1	146 48	76 14	49 6	175 24	5 3	75 40	2 1	27 11	3 0	626 153	31.3% 7.7%
	千　葉	3,000	26 18	82 8	191 10	104 23	38 6	45 12	5 2	59 20	5 3	9 19	11 2	575 123	19.2% 4.1%
	新　潟	2,200	23 12	55 7	91 11	83 3	9 7	3 2	5 0	104 52	7 0	15 18	5 0	400 112	18.2% 5.1%
関東東海地区協議会	東　京	20,000	27 17	217 3	356 23	371 49	192 26	172 43	28 6	295 83	21 3	57 36	6 3	1,742 292	8.7% 1.5%
	神奈川	5,000	7 4	152 8	120 9	160 12	76 2	50 18	3 0	107 21	3 1	5 5	7 0	690 80	13.8% 1.6%
	山　梨	800	0 0	20 0	76 3	71 0	3 1	0 0	0 0	6 1	0 0	3 3	0 0	179 8	22.4% 1.0%
	長　野	2,000	18 5	6 3	14 1	15 0	3 0	2 0	3 3	6 3	0 0	0 6	6 0	73 21	3.7% 1.1%
	静　岡	5,000	30 12	116 15	231 20	38 4	53 3	14 4	6 1	62 33	8 3	63 15	4 2	625 112	12.5% 2.2%
中部北陸地区協議会	石　川	1,500	16 0	57 0	67 11	45 7	14 6	5 2	2 0	55 16	2 0	3 4	5 2	271 48	18.1% 3.2%
	福　井	1,500	0 0	2 0	4 2	2 0	0 0	0 0	0 0	60 4	2 0	2 3	0 0	72 9	4.8% 0.6%
	岐　阜	1,500	0 0	19 0	60 7	46 4	6 0	5 16	7 2	49 9	3 1	2 8	0 0	197 47	13.1% 3.1%
	愛　知	11,000	25 6	130 3	234 20	271 4	100 4	112 6	17 3	210 24	8 1	11 32	21 3	1,139 106	10.4% 1.0%
	三　重	3,200	9 1	2 0	10 0	9 8	4 1	0 1	1 0	12 2	0 0	5 13	1 0	53 26	1.7% 0.8%
	富　山	0	2 1	3 0	21 0	3 1	0 1	4 0	4 0	11 3	2 1	1 0	0 0	51 7	– –
近畿地区協議会	滋　賀	1,500	1 1	88 1	72 4	11 5	96 1	0 3	4 0	49 7	3 1	1 11	0 0	325 34	21.7% 2.3%
	京　都	5,500	16 3	16 9	48 10	141 20	30 27	78 1	21 12	44 7	4 4	13 11	8 6	419 110	7.6% 2.0%
	大　阪	27,000	57 46	443 25	695 40	541 32	328 23	224 52	53 18	347 76	13 2	125 81	26 10	2,852 405	10.5% 1.5%
	兵　庫	7,500	14 19	147 38	402 47	232 32	177 20	78 15	6 1	130 74	12 1	17 37	14 1	1,229 285	16.4% 3.8%
	奈　良	1,500	5 5	49 3	50 5	30 12	34 3	9 8	4 4	34 6	2 1	5 12	3 2	225 61	15.0% 4.1%
	和歌山	0	0 0	1 0	3 0	2 0	4 1	35 0	0 0	0 0	0 0	1 0	0 0	46 1	– –
中国地区協議会	島　根	1,300	9 0	21 1	19 4	29 1	1 1	11 0	1 0	37 9	2 0	1 4	2 0	133 20	10.2% 1.5%
	岡　山	4,000	16 10	36 16	114 10	26 15	63 4	20 6	12 2	185 39	7 0	12 35	2 3	493 140	12.3% 3.5%
	広　島	3,5000	20 11	124 3	239 1	111 16	68 5	32 5	28 2	72 18	7 0	14 43	4 0	719 104	20.5% 3.0%
	山　口	2,000	9 6	32 1	119 13	11 9	30 0	26 3	7 2	59 6	5 1	11 14	3 1	312 56	15.6% 2.8%
	鳥　取	0	1 0	0 0	2 0	1 0	2 0	6 0	0 0	7 0	0 0	2 1	0 0	21 1	– –
四国地区協議会	徳　島	1,500	4 3	22 2	50 1	26 6	2 0	2 1	4 1	29 21	5 1	1 7	0 0	145 43	9.7% 0.3%
	香　川	1,500	1 2	8 1	25 5	72 2	7 18	4 5	4 6	18 4	18 1	6 1	1 0	164 45	10.9% 3.0%
	愛　媛	1,500	4 3	13 1	39 0	43 4	28 6	9 2	7 0	39 10	0 0	4 18	1 0	187 44	12.5% 2.9%
	高　知	500	6 1	21 3	10 0	1 0	3 0	2 1	0 0	9 7	2 0	0 7	1 1	55 20	11.0% 4.0%
九州沖縄地区協議会	福　岡	2,300	7 0	25 2	40 0	8 0	9 0	0 0	1 0	15 8	2 0	0 2	1 0	108 12	4.7% 0.5%
	長　崎	2,500	0 1	12 1	51 1	8 1	3 0	61 10	34 10	22 4	6 0	2 7	0 0	199 35	8.0% 1.4%
	大　分	1,300	1 1	2 1	10 0	3 1	2 1	0 2	2 0	11 4	1 0	1 9	0 0	33 19	2.5% 1.5%
	宮　崎	1,300	7 26	34 4	94 11	35 6	7 2	11 0	1 0	20 13	4 1	3 3	2 36	218 102	16.8% 7.8%
	鹿児島	2,200	4 2	43 4	109 12	137 9	12 0	18 8	4 0	145 10	1 0	0 2	2 2	475 49	21.6% 2.2%
	沖　縄	2,000	97 6	94 2	114 9	21 1	12 0	15 1	7 1	10 13	7 0	9 9	5 0	391 42	19.6% 2.1%
	佐　賀	0	0 0	26 0	0 0	0 1	0 0	2 0	0 0	2 1	1 0	0 3	0 0	31 5	– –
	熊　本	0	0 0	0 0	0 0	6 0	0 7	0 0	0 0	1 1	0 0	0 0	0 0	7 8	– –

質問1

1ヵ月に平均何回位ゲーム場に行きますか。

無回答0.4%(77人)
1~3回 18.4%(3923人)
4~5回 16.2%(3467人)
6~10回 16.7%(3556人)
11~15回 13.3%(2834人)
16~20回 10.5%(2247人)
21~25回 8.8%(1878人)
26回以上 15.7%(3361人)

〈年齢別内訳〉　《表4》

	~10才	11~15才	16~17才	18~20才	21~30才	31~40才	~41才	無回答	合計
1~3回	212	820	442	904	991	318	200	36	3,923
4~5回	130	593	515	1,015	927	173	95	19	3,467
6~10回	51	582	774	1,205	739	130	61	14	3,556
11~15回	34	576	548	936	659	42	31	8	2,834
16~20回	8	317	424	797	625	48	20	8	2,247
21~25回	10	232	489	562	516	36	25	8	1,878
26回以上	23	475	824	1,109	859	35	23	13	3,361
無回答	8	2	10	9	30	11	5	2	77
合計	476	3,597	4,026	6,537	5,346	793	460	108	21,343

1~3回までが18・4%と最も多いが、26回以上、つまりほぼ毎回ゲーム場にいくという回答が15・7%にも達している。ちなみに前回の調査では26回以上という回答は4・6%にすぎなかった。今回の調査は前回に比べ、マニアというより、より幅広い顧客を対象にしているわけだから、ゲーム場に行く頻度は高まってきている傾向にあるとの見方ができる。1カ月にゲーム場に行く回数は年齢によってばらつきがある。年齢別内訳を示した《表4》の数字をもとに、各年齢項目別の平均回数を出すと、左記のようになる。

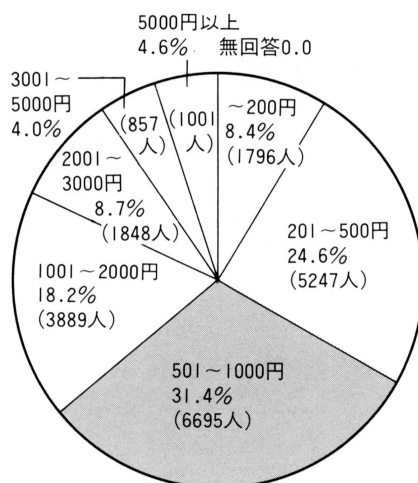
・~10歳……6・15回
・11~15歳……11・35回
・16~17歳……14・56回
・18~20歳……13・25回
・21~30歳……11・95回
・31~40歳……7・25回
・~41歳……10・05回
・年齢無回答……10・05回

※(注)ここでの計算方法は、それぞれの年齢別に、各回数の項目の平均値(1~3回なら2、4~5回は4・5、26回以上は28とした)と回答人数を掛け合わせて、それらを全てプラスし、その年齢の総人数(無回答者は差し引く、例えば「~10歳」なら468人)で割る、というもの。

全体の平均回数は12・53回。1週間に3回程度の頻度でゲーム場に行くという回答である。もっとも、当然のことながら、これは国民全てを対象にしたものではなく、ゲーム場に来た顧客に調査した数字。初めてゲーム場に訪れてゲーム場を体験したという回答者は、無視できる程少ない数だと考えられるから、ゲーム場業界における顧客のリピート回数は月に平均12・53回、というのが正確な言い方。

質問2

ゲーム場に行くと、1回にどの位使いますか。

~200円 8.4% (1796人)
201~500円 24.6% (5247人)
501~1000円 31.4% (6695人)
1001~2000円 18.2% (3889人)
2001~3000円 8.7% (1848人)
3001~5000円 4.0% (857人)
5000円以上 4.6% (1001人)
無回答0.0

〈年齢別内訳〉 《表5》

	~10才	11~15才	16~17才	18~20才	21~30才	31~40才	~41才	無回答	合計
200円まで	88	463	246	636	280	42	31	10	1,796
500円まで	188	1,113	1,127	1,625	999	102	65	28	5,247
1,000円まで	118	1,070	1,525	2,072	1,519	225	135	31	6,695
2,000円まで	50	514	532	1,297	1,188	172	117	19	3,889
3,000円まで	23	272	214	498	685	104	45	7	1,848
5,000円まで	2	48	140	197	328	104	32	6	857
5,000円以上	5	116	242	210	345	41	35	7	1,001
無回答	2	1	0	2	2	3	0	0	10
合計	476	3,597	4,026	6,537	5,346	793	460	108	21,343

31%強が501~1000円。その前後の201~500円、1001~2000円を合わせ、201~2000円が74%強を占めている。

ちなみに平成2年の調査では201~500円が51・5%と過半数。続いて501~1000円が19・7%、~200円が19・2%となっており、1000円以下という回答が90%を超えていた。また、5000円以上は今回の4・6%に対し前回はわずか0・1%。単純に言えば、客単価は昨年よりアップしたと言えるが、昨年の調査対象であった『ゲーメスト』の読者が中学、高校生など学生中心であることを考えると、今回の客単価の上昇は、調査対象に前回より高い年齢層が加わったことが影響しているのは確実と思われる。

《表5》をもとに年齢別の客単価をはじき出すと、次のようになった。

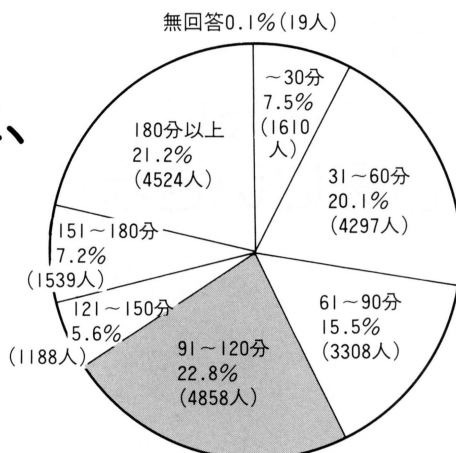
・~10歳……768・7円
・11~15歳……1088・0円
・16~17歳……1353・7円
・18~20歳……1230・7円
・21~30歳……1703・6円
・31~40歳……1663・1円
・~40歳……1792・7円
・年齢無回答……1493・5円

※(注)ここでの計算方法はそれぞれの年齢ごとに、各金額×回答人数を全てプラス、その年齢の総人数(無回答者は差し引く、例えば「10歳」なら474人)で割る、というもの。なお、金額は各項目の最高額の80%を設定し計算している。(~200円は160円、201~500円は400円、501~1000円は800円、1001~2000円は1600円、2001~3000円は2400円、3001~5000円は4000円、5000円以上は7500円)。

大まかに見ると、年齢が上がる程、客単価も上昇することがわかる。全体の平均客単価は1375・1円。

質問3

1回ゲーム場に行くと、どの位いますか。

無回答0.1%（19人）
～30分 7.5%（1610人）
31～60分 20.1%（4297人）
61～90分 15.5%（3308人）
91～120分 22.8%（4858人）
121～150分 5.6%（1188人）
151～180分 7.2%（1539人）
180分以上 21.2%（4524人）

〈年齢別内訳〉 《表6》

	～10才	11～15才	16～17才	18～20才	21～30才	31～40才	～41才	無回答	合　計
30分まで	82	343	162	443	366	133	66	15	1,610
1時間まで	209	550	643	1,283	1,159	277	152	24	4,297
1時間30分まで	69	485	940	1,007	596	118	70	23	3,308
2時間まで	54	882	949	1,493	1,226	144	95	15	4,858
2時間30分まで	10	313	328	288	220	12	13	4	1,188
3時間まで	18	210	377	472	399	30	22	11	1,539
3時間以上	34	812	624	1,546	1,374	76	42	16	4,524
無回答	0	2	3	5	6	3	0	0	19
合計	476	3,597	4,026	6,537	5,346	793	460	108	21,343

30分以下が7・5%と少なく、逆に3時間以上が21・2%とほぼ5人に1人の割合であるのは、ゲーム場が1つのレジャー施設として確固たる地位を築いていることの証しととれる。いいかえれば、身近で気軽だが結構本腰を入れて遊べる場としての認識が出てきているといったところか。

前回の調査では、3時間以上が8・1%。1番多いのは1時間までの29・9%で、30分までの10・6%とあわせると40%を超えていた。

この滞留時間に関しては、リピート回数や客単価とは異なり、年齢によって大きな差は見られない。ただ、10歳以下と30歳以上は11～30歳より30分程度短くはなっている。《表6》から計算した年齢ごとの滞留時間は次の通り。

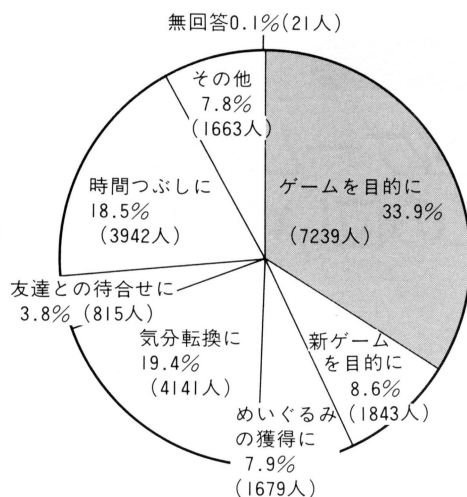
・～10歳……1時間23分
・11～15歳……2時間5分
・16～17歳……2時間2分
・18～20歳……2時間4分
・21～30歳……2時間6分
・31～40歳……1時間31分
・～41歳……1時間35分
・年齢無回答……1時間48分

※（注）ここでの計算方法は、それぞれの年齢ごとに、各時間とその回答人数を掛け合わせて、それらを全てプラス、その年齢の総人数（無回答者は差し引く、例えば「11～15歳」なら3595人）で割る、というもの。なお、各時間については、30分までなら30分、1時間までなら1時間、1時間30分までなら1時間30分として計算した。これは、例えば1時間15分というような中途半端な時間の回答が少ないだろうとの憶測からである。また、3時間以上は3時間30分として計算している。

全体の平均顧客滞留時間は、2時間2分となっている。

質問4

どのような時にゲーム場にいきますか。

無回答0.1%(21人)
その他 7.8%(1663人)
ゲームを目的に 33.9%(7239人)
時間つぶしに 18.5%(3942人)
友達との待合せに 3.8%(815人)
気分転換に 19.4%(4141人)
新ゲームを目的に 8.6%(1843人)
めいぐるみの獲得に 7.9%(1679人)

「ゲームを目的に」「新ゲームを目的に」「ぬいぐるみの獲得に」といういわゆる積極的な目的を持ってゲーム場へ来るという回答がほぼ半数。つまり、言い換えれば2人に1人が、特別に各種ゲーム(クレーンゲームも含む)を目的としているわけではないということで、そうした〝浮遊客〟を確実にゲーム場にとりこんでいくことが、今後より重要となっていくであろう。それには、雰囲気を楽しめる空間作り、トイレだけの利用にも自信を持って対応できるパウダールームの設置など、環境づくりが不可欠だ。

質問5

ゲーム場の雰囲気はどうですか。

ひどく悪い 1.4%(290人)
無回答0.2%(41人)
悪い 5.2%(1106人)
とても良い 24.2%(5158人)
普通 37.1%(7910人)
良い 32.0%(6838人)

〈態度〉
ひどく悪い 3.4%(719人)
無回答 0.2%(39人)
悪い 7.1%(1516人)
とても良い 28.6%(6104人)
普通 36.4%(7764人)
良い 24.4%(5201人)

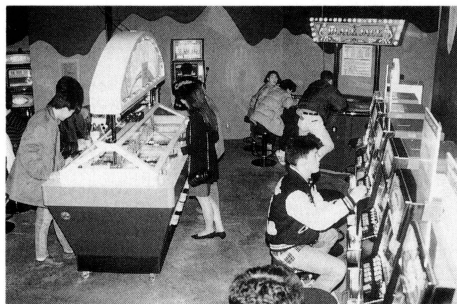
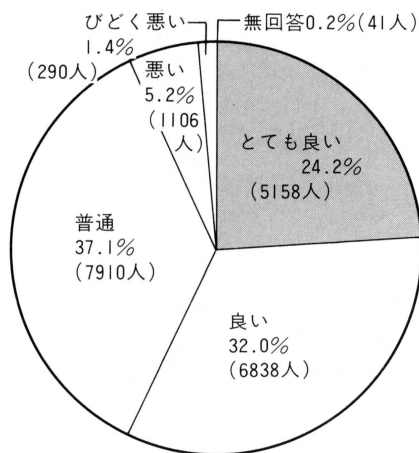
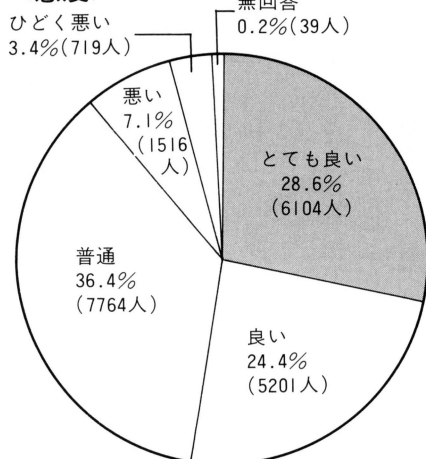
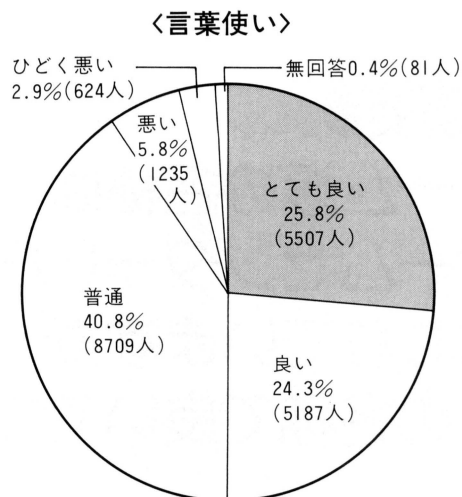
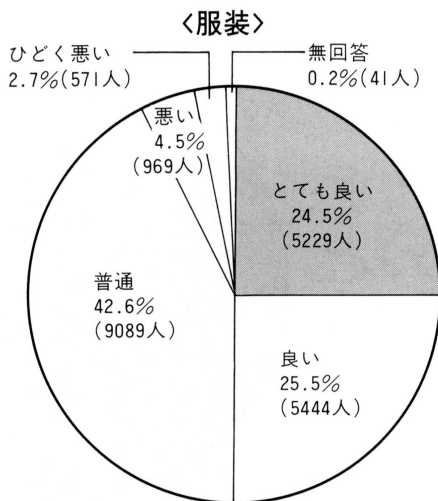
質問6

ゲーム場の従業員の感じはどうですか。

〈服装〉

ひどく悪い 2.7%(571人)
無回答 0.2%(41人)
悪い 4.5%(969人)
とても良い 24.5%(5229人)
普通 42.6%(9089人)
良い 25.5%(5444人)

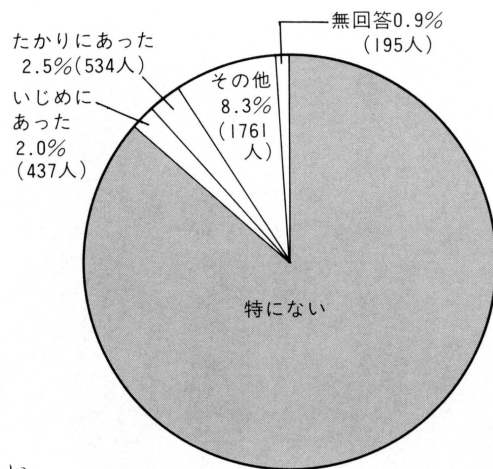
〈言葉使い〉

ひどく悪い 2.9%(624人)
無回答0.4%(81人)
悪い 5.8%(1235人)
とても良い 25.8%(5507人)
普通 40.8%(8709人)
良い 24.3%(5187人)

4割前後が「とても良い」、「普通」以上に感じている顧客は9割前後と、かなり良い結果が出た。ただし、これはゲーム場にきた顧客の声。ゲーム場にきたことのない人に対し、かつての「不良のたまり場」的イメージからの脱却、明るい雰囲気の良い場所であることを認識させるべく、更なる業界努力は必要だ。

ちなみに、前回の調査では、「とても良い」12・1%「良い」43・8%、「普通」38・2%、「悪い」5・2%、「ひどく悪い」0・5%無回答7%。今回「とても良い」が倍に増えている。

質問7

ゲーム場で最近1年間に、いやな思いをしたことがありますか。

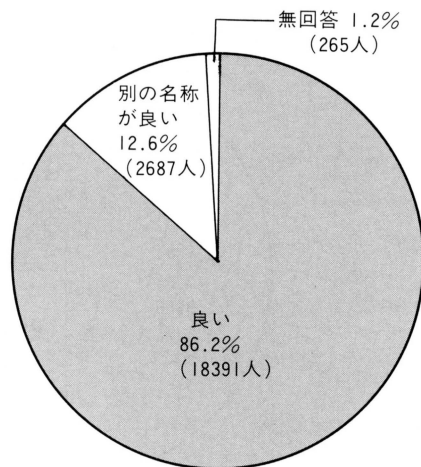
無回答0.9%(195人)
たかりにあった 2.5%(534人)
その他 8.3%(1761人)
いじめにあった 2.0%(437人)
特にない

質問5・6で「ひどく悪い」という回答の具体的な理由が、ここに実質的に表れている。

「その他」の記述回答には、機械の整備不良についての苦情が圧倒的に多く、次に店長、従業員に対する苦情が多かったという。多かった回答は次の通り。

①機械の整備不良
②店員に関し、からまれる、なぐられる、喧嘩した、いやな態度をされる、ゲームをしている、呼んでもこない
③1つのゲーム機に多くの客がいるため、なかなか順番が回ってこない
④お金を盗られた、脅された
⑤女性であるため馬鹿にされた
⑥コンティニューばかりしている客をなんとかして欲しい

質問8

ゲーム場の名称は、ゲームセンター（ゲーセン）と言われていますが、この名称で良いですか。

無回答 1.2%（265人）
別の名称が良い 12.6%（2687人）
良い 86.2%（18391人）

暗いイメージを持ったかつてのロケーションとの差別化を図り明るいレジャースポットであることをアピールするために、各社ともゲームセンターという呼称を敢えて使用しない傾向にある。アミューズメントスペース、アミューズメントスポットという具合である。しかし、顧客の多くは、使い慣れた「ゲームセンター（ゲーセン）」の名称で良いと考えていることが明らかになった。呼び方を云々するよりも、要は中身といったところだ。確かに、ゲームセンターにかわる呼び名は統一されておらず一般にも浸透していないから、「ゲームセンター」と言った方がピンとくる。

　ちなみに、別の名称が良いとした回答では、その名称として「アミューズメント」をくっつけたものをあげる声が圧倒的に多くなっている。寄せられた主な名称は次の通り。

・アミューズメントの後ろに、以下の単語を組み合わせる――センター、スペース、スタジアム、プラザ、ショップ、スポット、アーケード、ホール、スクエアー、ランド、ルーム、パーク、ハウス等
・プレイスポット
・遊スペース
・レッツプレイ
・エンターテイメント・スペース
・YOU 夢 PARK
・プレイステーション
・トライアルセンター
・PLAY ZONE
・GAME LAND

質問9

この1年間で貴方がとても面白いと思われたゲーム機械名を2種類お書き下さい。

〈上位50機種〉

順位	機　種　名	総　合		男		女	
		総　数	構成率	順　位	得票数	順　位	得票数
1	ストリートファイターII	6977	18.9%	1	6767	5	210
2	テトリス	2605	7.1%	2	1971	1	634
3	ＵＦＯキャッチャー	1147	3.1%	8	717	2	430
4	コラムス	1116	3.0%	5	857	3	259
5	ファイナルラップ　2	980	2.7%	4	864	7	116
6	ファイナルファイト	937	2.5%	3	914	26	23
7	雷　電	787	2.1%	6	766	29	21
8	ボンバーマン	761	2.1%	9	697	12	64
9	スーパーバレー　91	752	2.0%	7	726	23	26
10	ＦＩ　ＧＲＡＮＤ　ＰＲＩＸ	588	1.6%	10	556	21	32
11	ゼクセクス	553	1.5%	11	531	27	22
12	ドリームキャッチャー	514	1.4%	21	272	4	242
13	ザ・キング・オブ・ドラゴンズ	495	1.3%	12	486	38	9
14	スターブレイド	479	1.3%	13	436	13	43
15	パロディウスだ！	468	1.3%	14	428	15	40
16	麻　雀　類（メーカー名不詳）	437	1.2%	18	398	16	39
17	スーパーモナコ　ＧＰ	428	1.2%	15	420	39	8
18	キャプテンコマンドー	419	1.1%	16	408	36	11
19	ＳＤガンダム	416	1.1%	17	399	31	17
20	競　馬　類（メーカー名不詳）	320	0.9%	23	246	9	71
21	ストリートファイターＩ	316	0.9%	19	291	24	25
22	スロットマシン類（メーカー名不詳）	313	0.8%	28	201	8	112
23	上　海　II	303	0.8%	22	262	14	41
24	餓狼伝説	290	0.8%	20	286	44	4
25	Ｒ　360	269	0.7%	25	244	24	25
26	ハット・トリック・ヒーロー	246	0.7%	24	246	−	0
27	クラッチヒッター	234	0.6%	26	227	42	7
28	ビンゴ類（メーカー名不詳）	226	0.6%	32	158	10	68
29	ワニワニパニック	224	0.6%	50	85	6	139
30	でたな！ツインビー	223	0.6%	27	204	30	19
31	ＢＬＡＣＫ　ＪＡＣＫ	220	0.6%	34	155	11	65
32	ポーカーゲーム類（メーカー名不詳）	194	0.5%	33	157	20	37
33	ＷＯＲＬＤ　ＤＥＲＢＹ	189	0.5%	35	151	19	38
34	クイズ三国志	178	0.5%	29	170	39	8
35	ゆうゆのクイズでＧＯＧＯ！	177	0.5%	36	146	22	31
36	ラッドモビール	172	0.5%	31	161	36	11
37	ワールドスタジアム	164	0.4%	30	164	−	0
38	バレーボール	161	0.4%	37	139	27	22

39	達　人	156	0.4%	47	117	16	39
40	ウルトラマン	147	0.4%	43	133	32	14
41	コットン	146	0.4%	37	139	42	7
42	Ｇ－ＬＯＣ	145	0.4%	39	137	39	8
43	プロレス類（メーカー名不詳）	141	0.4%	39	137	44	4
44	モナコ　ＧＰ	140	0.4%	45	126	32	14
45	パチンコゲーム	138	0.4%	49	99	16	39
46	ドラゴンセイバー	137	0.4%	43	133	44	4
47	デスブレイド	136	0.4%	41	134	47	2
48	ネオジオ系統	134	0.4%	46	122	34	12
49	ゴルフィンググレイツ	134	0.4%	41	134	－	0
50	ＯＵＴ　ＲＵＮ	124	0.3%	48	112	34	12
	1位～50位までの総得票数	26956	73.0%	－	23832	－	3124

〈上位10機種の年代別ランキング〉

順位	機　種　名	～10才	11～15才	16～17才	18～20才	21～30才	31～41才	41才～	年齢不詳	合　計
1	ストリートファイターII	75	1654	1676	2228	1264	37	22	21	6977
2	テトリス	35	239	531	937	705	112	36	10	2605
3	ＵＦＯキャッチャー	36	246	121	281	378	55	29	1	1147
4	コラムス	8	87	215	389	370	22	13	12	1116
5	ファイナルラップ　2	14	84	177	378	289	18	5	15	980
6	ファイナルファイト	26	384	185	236	93	5	8	0	937
7	雷　電	7	111	188	262	204	7	3	5	787
8	ボンバーマン	13	121	130	151	316	6	4	20	761
9	スーパーバレー　91	4	149	216	205	170	3	1	4	752
10	Ｆ1　ＧＲＡＮＤ　ＰＲＩＸ	5	62	102	116	297	1	0	5	588
	合計	223	3137	3541	5183	4086	266	121	93	16650

「ご意見があればお聞かせ下さい」

〈代表的記入回答〉

① 機械整備をもっと確実に、直ってない機械がある
② 全店禁煙にして欲しい
③ 全国的なハイスコア集計をして欲しい
④ プリペイドカード方式を導入して欲しい
⑤ もっと女性が喜びそうな機械を開発して欲しい
⑥ 換気設備を充実して欲しい
⑦ また、大阪でＡＭショーを開催して欲しい
⑧ 最近のゲームは難しすぎて、プレイ時間が短い、料金を下げて欲しい
⑨ 接客・もてなすという意味からもっと研究すべきである
⑩ ビデオゲームはもう駄目、体感ゲームを主体に

史上最大の規模で開催される“娯楽機の殿堂”

第30回
アミューズメントマシンショー

テーマ：「遊び」が創る、21世紀の夢）

《開催日時》 **8月27日㈭〜29㈯、3日間**

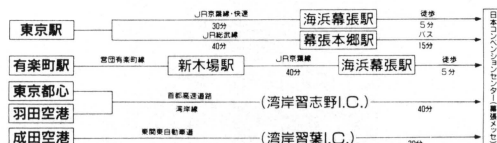
《開催場所》 **日本コンベンションセンター**
〈幕張メッセ〉第4・第5・第6ホール
（千葉市美浜区中瀬2-1） ☎043（296）0001㈹

●8月27日㈭・28日㈮
AM10：00〜PM5：00
（●ビジネスショー 業界関係招待者のみ）

●8月29日㈯・1日のみ
AM10：00〜PM4：00
（●パブリックショー 一般の方に広く開放）

● 出展規模：52社、1190小間
● 主催：（社）日本アミューズメントマシン工業協会（JAMMA）
● 後援：通商産業省、（財）余暇開発センター、日本経済新聞社

会場への交通

- 東京駅 —JR京葉線・快速 30分→ 海浜幕張駅 —徒歩 5分→ 日本コンベンションセンター（幕張メッセ）
- 東京駅 —JR総武線 40分→ 幕張本郷駅 —バス 15分→ 日本コンベンションセンター（幕張メッセ）
- 有楽町駅 —営団有楽町線→ 新木場駅 —JR京葉線 40分→ 海浜幕張駅 —徒歩 5分→ 日本コンベンションセンター（幕張メッセ）
- 東京都心／羽田空港 —首都高速道路 湾岸線→（湾岸習志野I.C.）— 40分→ 日本コンベンションセンター（幕張メッセ）
- 成田空港 —東関東自動車道→（湾岸習葉I.C.）— 30分→ 日本コンベンションセンター（幕張メッセ）

お問合せ先

（社）日本アミューズメントマシン工業協会事務局
〒100 東京都千代田区永田町2-10-2秀和永田町ＴＢＲビル704号
☎03（3593）2563㈹　ＦＡＸ03（3581）3656

ＪＡＰＥＡ視察旅行報告

「マドローダム」
「フロリアード'92」
「セビリア博」

全日本遊園施設協会（山田三郎会長、事務局東京、略称ＪＡＰＥＡ）では、５月９日～20日にかけ「ユーロディズニーランド／フロリアード92とセビリアＥＸＰＯ'92視察旅行」を実施した。団長を務めた㈱ジェイ・アール・イー社長・能美政彦氏以下計31名が参加し、フランス、オランダ、スペインの３ヵ国を巡った。

フランスでは「ユーロディズニー・リゾート」を視察（巻頭特集参照）。オランダでは10年に１度の花のオリンピック「フロリアード1992」を視察し、ミニチュアパーク「マドローダム」を公式訪問した。そしてスペインでは「セビリア博（ＥＸＰＯ'92）」会場に赴いた。

本稿では、「マドローダム」と２つの博覧会の状況を視察報告する。

▲ユーロディズニーにてＪＡＰＥＡ視察団

開園40周年　1/25のミニチュアタウン

マドローダム

去る5月14日、東武鉄道㈱は、世界各国の建築物を25分の1に縮尺したミニチュアパークを来年5月にオープンすると発表した。オープンすれば、日本初のミニチュアパークが誕生することになる。ミニチュアパークはあまりポピュラーではなく、台湾の「小人國」等、世界規模でも数える程しか存在しない。しかしながら、世界的に著名なミニチュアパークがある。今年、開園40周年を迎えたオランダの「マドローダム」である。

施設概要

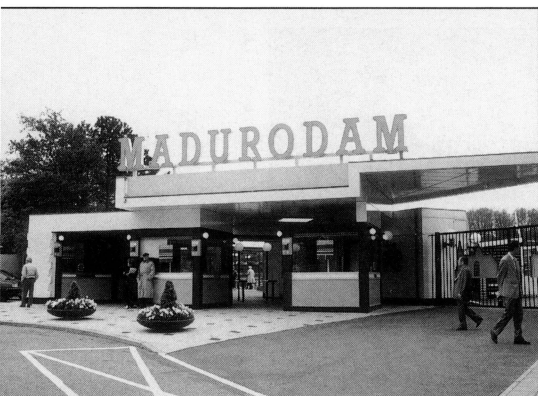
オランダの首都アムステルダムから約40㎞、各国大使館や国連機関が集まった政治都市デン・ハーグに「マドローダム」はある。

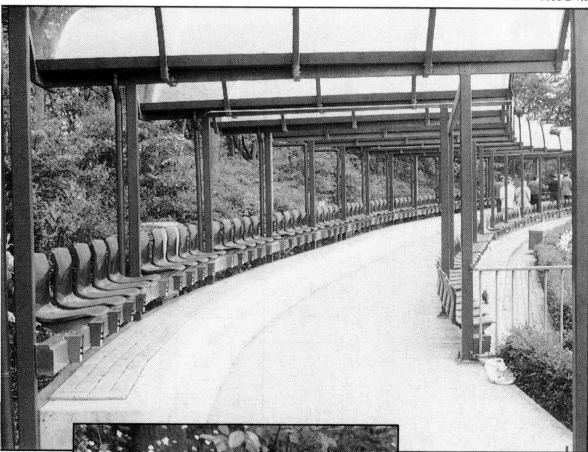
同園の総面積は約3万㎡。それほど広くはない。園内は、ミニチュアが置かれたゾーンを堤防が取り囲むというスタジアム風のつくりで、園内にはいるとミニチュア群を一望できる。

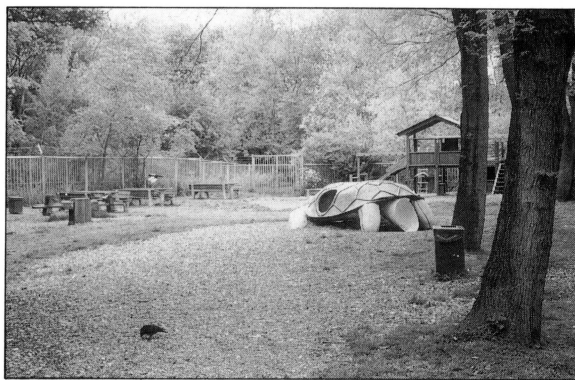
ミニチュアは、25分の1の縮尺で作られており、専門家がみてもおかしくないほど精巧にできている。オランダの名所や建築物、約120がミニチュア化されており、間をぬう様に全長3㎞の観覧通路（一方通行）が設けられている。順路に沿って歩くと、徐々に建物が近代化していく。鉄道や道路、空港、港などのミニチュアを見ると、電車や自動車等の乗物が機械仕掛けで動いている。ミニチュアの中には、ミニチュアの前にあるコインボックスに10セントコイン（約7・5円）を投入すると、BGMや効果音と共に動き出すものがいくつかある。遊園地のミニチュアなどは、コインを入れると、音楽とともに、ジェットコースターが走り、バイキングが揺れ、ウェーブスインガーや観覧車が回転するという具合いだ。また、ミニチュアタウンを一望できる堤防の

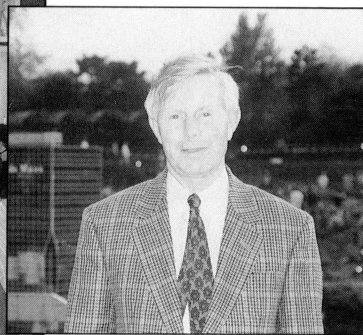
マドローダム（MADURODAM）

■住所
NARINGKADE 175 2584 EE DEN HAAG HOLLAND
■営業期間
5月1日～9月30日
（5月4日を除く）
■営業時間
●5月　9：00～22：30
●6、7、8月　9：00～23：00
●9月　9：00～21：30
■入場料
大人　：11ギルダー
65歳以上　：9ギルダー
子供（2～12歳）：6ギルダー
※外貨両替可能（1ギルダー：75円）

◀800年前、教会を中心に町が広がっていった、という歴史を元につくられており、周辺部に近代的な建物が多い。周囲の堤防は国土が海面より低いというオランダの特色を考慮に入れ設定されたもので、海から国土を守るというコンセプトを持っている。

▼地面にあるコインシューターにコインを入れるとＢＧＭとともにミニチュアが動き出す。

▼堤防の上にある観覧席

上には、約400席の観覧席が設けられており、夜間にライトアップする（ミニチュアには約5万個のイルミネーションランプが取り付けられている）ミニチュアタウンの夜景を堪能できるようになっている。夏期には、7つの重要な建物を中心にライト&ミュージカルショーを実施。観覧席にはヘッドホンジャックがあり、ヘッドホンを着用して、マドローダムの物語を聞くことができる（スイッチによりドイツ語、英語、フランス語、イタリア語に切り替え可能）。

ミニチュアタウンの他には、カフェ、レストラン、スーベニアショップ、10坪（33㎡）程度の展示場、子供広場が配されている。

◀ミニチュアタウンのわきにある子供広場。

▶JAPEA視察団とのミーティングが、レストラン内で行なわれた。ミーティング後、視察に参加できなかったJAPEA山田三郎会長に替わり、能美氏よりゴシンク氏へ記念品が贈呈された。

◀支配人のF・J・ゴシンク氏。

マドローダム誕生

「マドローダム」は、1952年、当時オランダ学生サナトリウム委員会の委員であったブーン・ファン・デル・スタンプ夫人のアイデアに基づき建築され、オープンした。夫人のアイデアとは、「古代から現代までのオランダを再現するミニチュア都市を建設し、その利益をサナトリウムに寄付する」というものである。

建設費用は、当時の金額で100万ギルダー。ほとんど寄付で資金は調達されたが、中でも多額の寄付を行ったのが名門マドロー家のマドロー夫妻である。彼らの息子は、ジョージ・マドロー中尉という、第2次大戦中、数々の武勲をたてたオランダの国民的英雄である。彼の死後（ナチ強制収容所にて死亡）、マドロー夫妻は彼を永遠に記念する施設を作りたいと考えた。それを聞いたスタンプ夫人が同園のアイデアを提案、夫妻が賛成したことにより、同園は誕生した。

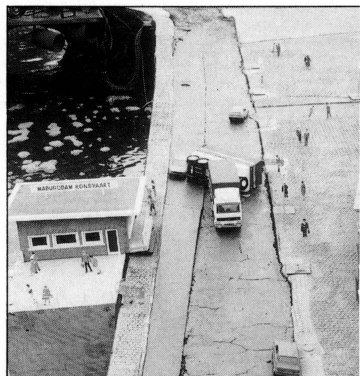
「マドローダム」という名称はジョージ・マドロー中尉の栄誉をたたえ、つけられたもので、園の入口には、彼の記念碑が置かれている。

◀建物の回りの植物はほとんど本物を使用。この手入れだけでも相当な労力がいると思われる。

マドローダムの運営

「マドローダム」の経営は、寄付金により設立された財団法人が担当しており、園全体は、37人という少ない従業員で運営されている。そのポリシーは、〃社会福祉への貢献〃。利益から必要経費を差し引いた残りは、サナトリウム等に全額寄付されている。また、経営ポリシーは、車イスの無料貸し出しや、車イスが通れる十分な幅の歩道等、施設づくりにも反映されている。

「マドローダム」の〃ダム〃とは都市の意で、ユニークなことに同園には『市議会』が設けられている。『市議会』の人数は30名。15〜18歳（中・高校生）のボランティアで構成されており、彼らは主に、ゲスト訪問の際のホスト役やカタログ編集に従事。週末には、8名が運営の手伝いにやって来る。また、「どこに寄付を行うか」等を議会として話し合うそうである。ちなみに設立から1980年5月までは、王室からの市長も存在した。ベアトリックス女王が市長に就任していたのである。

ミニチュアパークでは、施設の保守管理が重要な問題となる。営業中は2人のガードマンが一定の時間になると園内を巡回。施設のメンテナンスは、午前5時から営業開始の9時までに行われる。またミニチュアは5年に1回の割合で補修されるそうである。

▼事故現場も再現。

ミニチュアは、生活用地と産業用地の割合等、オランダの都市基準にのっとって建築されており、ここ40年間、毎年何らかの変化が加えられている。今年は10ヶ所ほど改良を加えたそうである。

ミニチュアの中には、企業名の描かれたものも多い。これらは、各企業が資金を出し、作られたものである。企業PR効果が高く、また、「マドローダム」に名を記したミニチュアを建てることは、企業の名誉であると捉えられているのだ。著作権の問題もそういう理由でクリアされている。ミニチュアは、モデルとなる建物の実際の設計図を元に作られ、大きなものだと、3人の職人が8カ月がかりで作成するとのこと。「マドローダム」事務所の地下に製作・修理を行う工房がある。

● 現状

「マドローダム」の年間入場者数（5〜9月まで）は、100〜110万人。国外からの来場者が多く、入場者の10%が地元デン・ハーク付近からの来場者。精巧なつくりのミニチュアに支えられ、「1時間でオランダ観光ができる」というのが同所のセールスポイントとなっており、短時間の滞在でオランダを知りたい旅行者が多数訪れるそうだ。ちなみに日本語をはじめ各国語のパンフレットを売店で販売している。年令別では、入場者の80%が大人、20%が子供となっている。子供は家族連れで訪れるケースが多く、学校関係での団体入場者は少ないという。

尚、「マドローダム」では、園の規模を2〜3倍に拡大するという3年計画に着手する予定である。

花のオリンピック フロリアード1992

◆10年に1度の国際園芸博◆

フロリアードとは、フローラ（花）とオリンピアロードの合成語で、民間任意団体ＡＩＰＨ（国際園芸家協会＝本部・オランダ／ハーグ市）が認めるオランダ国内における大国際園芸博である。１９６０年にロッテルダムで第１回が開かれ、以降ほぼ10年毎に開催されており、今回で４回目となる。

10年に１度というのは、フロリアードが国際博覧会条約で定める〝同一性格の特別博覧会〟に該当するからであり、同種博覧会は、同一国において10年間隔で開催することが取り決められている。

第２回、第３回はアムステルダムで開催された。第３回は「フロリアード'82」として催され、17ヵ国が参加、４６０万人が会場に訪れた。この「フロリアード'82」を構想の源として催されたのが２年前の「国際花と緑の博覧会」であり、花博も大国際園芸博（国際博覧会条約の特別博覧会）に位置付けられていた。

ちなみにフロリアード開催国であるオランダは、チューリップで知られ、全世界の切花輸出高の68％、鉢物では51％のシェアを誇る世界一の園芸大国である。

フロリアード1992

■**開催期間**
1992年４月10日～10月11日

■**開催時間**（季節により変動）
パビリオン等　9：15～18：00
公園、レストラン　9：00～19：30
乗り物　9：30～19：00

■**会場面積**
68万㎡（うち大展示ホール、温室、テーマ館などの屋内施設：４万㎡）

■**入場料**
大人（13歳以上）：20ギルダー
子供（４～12歳）：12.5ギルダー
３歳以下無料
＊１ギルダー＝約75円

■**乗り物等利用料金**
モノレール：１ギルダー
トラム（列車）：１ギルダー
スワンボート：５ギルダー（15分）
展望タワー：大人５ギルダー
　　　　　：子供2.5ギルダー

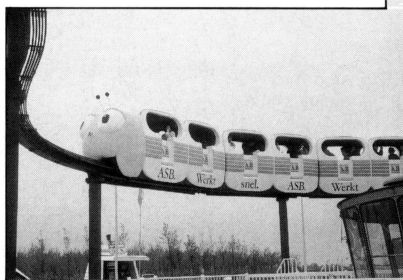
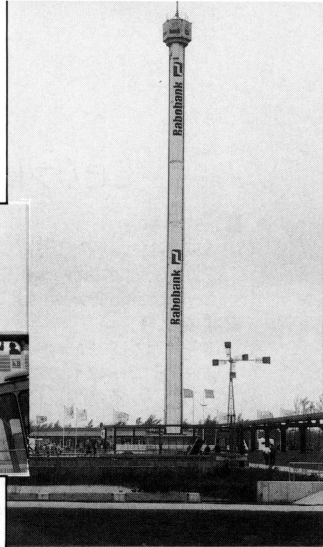
●テーマを明確に打ち出す

「フロリアード１９９２（'92）」はハーグ市から車で10分程のズーテルメール市で催されている。68万㎡の会場は、『人と自然との共生』という基本テーマのもと、「貿易・輸送と流通」「生産」「消費者」「環境」「未来」「世界」「レクリエーション」という７つのテーマエリアに分けられ、世界各国の庭園や樹木が展示されている。

日本からは政府が初参加。建設省が１５０㎡の日本庭園を、農水省が屋内展示場２５０㎡に日本の住居様式である『縁側』や『屋敷庭』等をイメージして花々を展示した。日本政府の屋内展示業務は、花博理念の継承団体として設立された㈶日本花普及センターが担当している。政府の他には川口市等も参加。

ところで、花博理念とは何か？それは『花と緑と人間生活のかかわり』である。しかし、花博において、その理念が入場者全員に伝わったかどうかは疑問が残る。映像を主体とした企業パビリオンやＡＭ施設を目的に来場した人が多かったはずである。「フロリアード

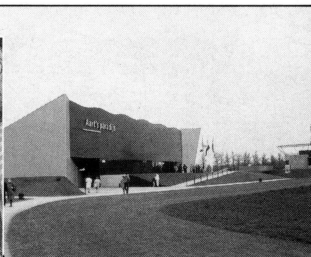
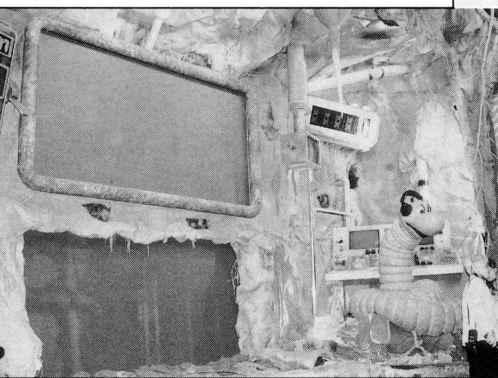
▼オランダといえば路面電車トラム。会場内の移動施設として取り入れられている。

'92」においては、特に遊戯施設のゾーンは設けられていない。レクリエーションのゾーンに子供向けアスレチック施設とエアー遊具があり、輸送観覧施設として路面電車、高架式モノレール（セバーンラム社製）、それと展望タワー（インタミン社製）、湖にスワンボートがある位である。花博のようなAM施設を期待して行くと少々ガックリするが、その分『人と自然との共生』というテーマが花博より明確に打ち出されている。

▲セバーンラム社製のモノレール。24人乗り。

▲インタミン社製の展望タワー。この日は風が強く運行を中止していた。

開催国であるオランダは、「環境ゾーン」で治水管理を取り上げ、国土の4割近くが海面下である同国がいかにして水害から国土を守り、水と共生してきたかを模型で展示。また、フロリアードの会場自体も海面下4・5mにあることを巨大なものさし(?)を地面に打ちたててアピール。テーマを浮かび上がらす工夫が各所で見受けられる。

◀「環境」ゾーンのウォーターランド。水位の変動を展示。

パビリオン等

会場にはパビリオンがいくつかあり、中では政府館の出来が良かった。自然との共生を訴える映像パビリオンで、見せ方が非常にうまい。まず、映像パビリオンにつきもののウェイティングホールの壁には、ビンや空缶など産業廃棄物を貼り付けてあり、ポップアート風。劇場で上映されるソフトは、人間のまき散らす公害や自然破壊を、ミミズ達が地中でコントロールして自然の営みを回復させるという内容で、ミミズのロボットを始めとする舞台装置と3面モニターでストーリーを展開させる。ロボットの動きはスムーズで、モニターに映される映像の組み合わせ方も秀逸だった。

このほか、やはり園芸博だけあって、オブジェ風の植栽などの出来が良く、遊園地に活用しても良さそうだった。

尚、フロリアード'92には、300万人以上の来場者が見込まれている。

▲「政府館」。

▶スワンボートのある湖。湖岸にボートをうめ込んであり、ボートにのって記念撮影できる。

◀地球儀を模した植栽。

EXPO'92セビリア博

◆経済発展と文化水準の向上を目指す◆

セビリア博（1992年セビリア万国博覧会）は、国際博覧会条約に基づく一般万国博覧会である。一般万国博覧会の開催は日本万国博以来22年ぶり。第二次世界大戦後に開催された一般万博は、ブリュッセル万博（1958年）、モントリオール万博（1967年）、および大阪万博（1970年）の3回だけで、セビリア博は戦後4回目の一般万博となる。

その開催目的はバルセロナ・オリンピック同様、スペインの文化水準の向上と経済発展にある。セビリア市が州都であるアンダルシア地方では、いまだに文盲率が46％と、その教育レベルはお世辞にも高いとはいえない。こうした状況の下、EC諸国の強力なあと押しによりセビリア博は開催に至った。

万博開催のためのインフラ整備はそのまま都市開発につながる。それはそれでいいのだが、万博のために建設された展示館は、原則的に撤去しなければならないと条約で決められており、これまで展示館などを有効活用する手だてはなかった。

しかしセビリア博では、展示館の有効活用を念頭に入れて跡地利用計画を決め、万博プロジェクトを推進。それにより原則撤去をまぬがれ、パビリオンの多くは図書館等の文教施設や商業施設として活用されることが決まっている。会場は会期後、文化・経済の中心を担うハイテクセンターに生まれ変わるのだ。万博開催に伴うインフラストラクチャーを無駄なく使用するという点で、セビリア博は画期的な万博であるといえる。

万博会場は、セビリア市内を流れるグアダルキビール川（アラブ語で大きい川の意）に治水対策上作られた人工中州、カルトゥハ島にある。島の面積は538万㎡で、そのうち215万㎡が会場に使用されている。

インフラ整備を含めこの215万㎡の開発に、開催国であるスペインが、どれ位の投資を行なったかははっきりしない。しかし、ス

セビリア博

■正式名称
1992年セビリア万国博覧会
(1992 Seville Universal Exposition)
(La Exposition Universal de Sevilla 1992)

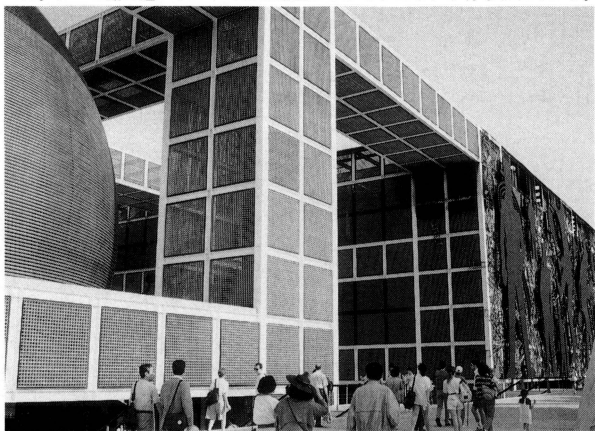
■開催期間
1992年4月20日〜10月12日
(最終日は1942年のコロンブス・アメリカ発見の日に当たる)

■テーマ
発見の時代

■参加国等
参加国　110カ国
国際機関　23機関
スペイン地方自治州　17州
民間企業　30社

■入場料
1日券（9：00〜翌朝4：00）
●大人：4000ペセタ
●子供(5〜14歳)及び65歳以上：1500ペセタ
●5歳未満：無料
夜間割引パス（20：00〜翌朝4：00）
●一般：1000ペセタ
3日間パス
●大人：10000ペセタ
ナイトパス
●大人：10000ペセタ（6カ月間有効）
シーズンチケット
●大人：30000ペセタ（6カ月間有効）
●子供及び65歳以上：15000ペセタ（〃）
※1ペセタ＝約1.4円

▲入場ゲートは自動改札。スタンプを押してもらえば再入場可能。

▼テーマ館の１つ「発見のパビリオン」。開幕早々、原因不明の火災に見舞われた。テーマ館に近いゲートでは空港並のボディチェックが行なわれている。

ペインでは、黒字収支は間違いないと胸を張る。現地ツアーガイドの話によると、会場内に出店しているキオスクのロイヤリティーは、かなり主催者側に有利な様に設定されているそうだ。また、博覧会には現地の大手デパート「エル・コルテ・イングレス」が参加。会場内の物販店は同デパートのレジスターを使用しなければならないという取り決めがあり、同デパートがレジスターを貸し出しているという噂もあるとのこと。さらに、キャラクター等の商標を管理する〝コーダ〟というサプライヤーがいて商額なロイヤリティで商標をサプライズしているとも。これらの話の真偽はさだかでないが、万博関連で多額の資本がスペインに転がり込むのは間違いない。ちなみに、万博の予想入場者数は2000万人。1人で平均2回は入場すると考えられており、延べ約4000万人が入場すると見込まれている。(うち国外が53%)。

▼パレードやライブパフォーマンスがいたるところで繰り広げられている。主だったものはデイリープログラムにスケジュールが記載されている。

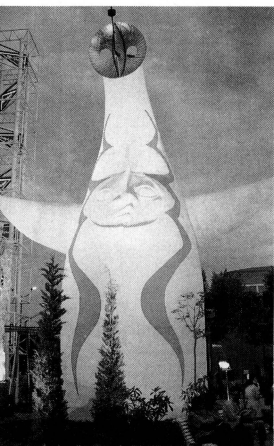
会場内輸送観覧施設は充実

広い会場を巡るために、会場内にはいくつかの交通システムが用意されている。

まず、無料バス。会場内延べ5kmの距離を走り、途中13ケ所に停車する。次にモノレール。地上6m全長3・1kmの高架レール上を走行する。高さ20mのロープウェーや会場内の運河を走行する70人乗りボートもある。

中で注目されるのは伊・ジオッチドット社製のロードトレイン。日本では考えられない運営法がなされているのだ。会場内の通路を人がいようがおかまいなしに汽笛を鳴らしてつっ切るのである。安全対策上、日本ではまず実現不可能なのだが、実に楽しい雰囲気を演出していた。

また、会場内に遊園施設はほとんどない。独フス社ブランド(フス社のマークが付いていたが、視察団の中からインタミン社製ではないかとの声あり)の展望タワー(有料)と、これまでの万博のシンボル、太陽の搭等の造形物を集めた一画にメリーゴーランドと高

▲有料のバッテリーカーを貸りて会場内を巡ることもできる。鍵付きで、お気に入りのパビリオンを見つけたら鍵を抜いてその辺に駐車。

架レール走行式乗物（共に無料）がある位だった。

展望タワーの全長は90m前後。スペインでは、セビリア市内にある全高98mの「ヒラルダの搭」を越える高さの建築物を建てられないことになっており、この高さにおさえられた。

メリーゴーランドは、独・ピーターペッツ社製の2階式のもの。それほど大きな施設ではないが、無料とあって子供たちの人気を集めていた。メリーゴーランドとレール走行式乗物はデパート「エル・コンテ・イングレス」が出展したものである。

▲セビリア博のマスコット「クーロ」をデザインした定置式乗物が各所に置かれていた。地元スペイン・ファルガス社製。

パビリオン

会場には、100を越えるパビリオンや建築物があり、建物敷地面積は50万m²にのぼる。セビリア博で人気の高いパビリオンは、「スペイン館」「日本館」、「フランス館」、「カナダ館」、「富士通パビリオン」など。全体的にハイテク技術を使ったパビリオンは少ない。そんな中で「富士通パビリオン」は、花博で出展した全天周3Dシアター〝ユニバース2〟を出展。こうした映像技術に接することの少ない地元の人々を中心に人気を集めている。同様の理由でアイマックスシアターの「カナダ館」、座席回転シアターを取り入れた「日本館」が人気となっているようだ。

ちなみに「日本館」は人気が高いというものの、そのクォリティは高いとはいえない。展示はただ飾ってあるだけで工夫が少なく、ワクワクさせる演出がない。回転シアターは直径30mの円を5等分した5つの劇場からなり、各ゾーンにスクリーンがあってストーリーと共に劇場が回転するという仕組みになっているが、これの出来が良くない。まず、〝回転する〟ということにキャパシティの拡大以外意義が見いだせないのだ。上映されるソフトと回転床構造にはまったく関連性がなく、「何で回転するの」という感じ。上映ソフトの出来もよろしくない。ちまちました16㎜映像のような画質、おそまつなストーリーと、苦言を挙げればキリがない。あえて工夫された点を指摘すると、各座席に座ると耳元にスピーカーが位置するようになっていて、ボタンでスペイン語、英語、日本語のうち、いずれかのセリフを選べるようになっていること位である。残念ながら「日本館」はただ建物が立派なだけであった。

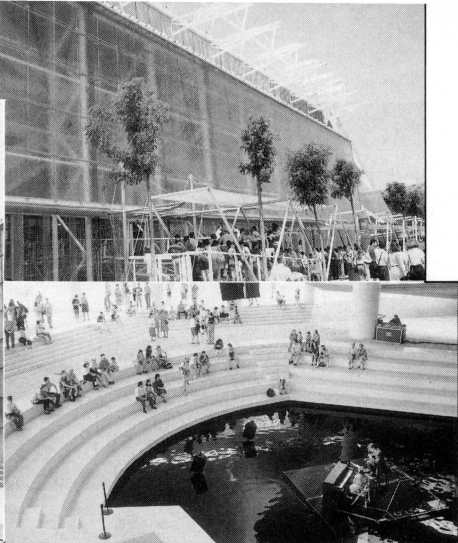
▼世界最大級の木造建策物というふれ込みの「日本館」。

ところで、涼を提供するという意味で、水を使って建物を装飾しているパビリオンが非常に多かったのも印象的。「イギリス館」は壁一面をガラス貼りにし、その上に滝の様に水を流していた。また、イベントスペースを持つパビリオンも多かった。ライブショー等を行ない、関心を高め、かつ入場までの待ち時間を退屈させない工夫がなされているのである。

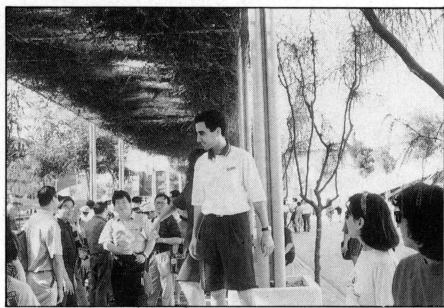
尚、「日本館」には水を使った装飾もイベントステージもなかった。

▲入場待ちのスペースには日本人のパネルが柵替わりに置いてある。パネルの裏には日本に関する諸データがスペイン語で書かれている。ちなみにこのパネルにパンチをくらわしている子供がいた。

▼霧状の水をまくスプリンクラー。いたるところにある。

▶
▼「アメリカ館」と「イギリス館」

▲「カナダ館」の水上ステージ。

会場全体に暑さをしのぐ工夫が

セビリア博会場には、土地柄、暑さ対策が施されている。400種以上の樹木、植物など合計35万本が植えられ、植物の集まったレストゾーンの上にはスプリンクラーがあり霧状の水がまかれている。また、至るところに噴水広場も設けられている。先に述べたパビリオンやこうした工夫を見ると、会場全体は〝水〟をコンセプトにまとめられているようである。

▲主要通路の横には植物で覆われたアーケードがある。ちなみにここは「カナダ館」前。2人組のスタッフが入場を待つ人に何分待ちかを教えているところ。1人が英語とスペイン語で話し、もう一人は身ぶり手ぶりでそれを表現していた。

暑さ対策は開場時間にも反映されている。セビリア博は午前9時から翌朝4時まで開場（入場は3時まで）しており、涼しい夜中に散策を楽しめる工夫がなされているのである。但し、パビリオンは夜10時頃閉館。

パビリオンが見れなくても、夜10時30分から「EXPO NIGHT」と呼ばれるイベントが各所で催される。まず、10時30分になると「スペイン館」そばの湖で花火、レーザー光線、噴水を使ったウォータービジョンによるレイクショーが行なわれ、色々な場所でライブショーが始められる。夜間の会場はまさに〝お祭り広場〟といった様相を呈すのである。主催者側のテーマ館の1つである「発見のパビリオン」にあるオムニビジョンを使ったシアターでは、昼間はテーマに沿ったソフトを上映しているのに、夜になると同システムのソフトである『ブループラネット』（スペースシャトルからの映像による宇宙もの）やロックグループ〝ローリングストーンズ〟のライブを上映、娯楽を提供するという有様だ。会場を巡ると深夜にもかかわらず、どこから来るのかアベックや家族連れで大変な賑わいを見せている。

昼と夜の2つの顔を持つ万博。セビリア博をひと言でいい表すとそういうことになるかもしれない。

海外ニュース・海外ニュース・海

1991年度の世界のアミューズメント産業事情／IAAPA調査結果〔I〕

米国に本拠地を置く国際的な遊園地関係業者団体であるIAAPA（インターナショナル・アソシエーションズ・オブ・アミューズメント・パーク＆アトラクションズ）は1991年度のアミューズメント産業事情に関する調査を実施し、同協会機関誌の「ファン・ワールド」1992年2月号でその結果を発表した。この調査は3年前から毎年行っているもので、方法はIAAPAの遊戯施設会員に対するアンケート方式である。IAAPAの遊戯施設会員とは大型遊園地はもちろん、ファミリーファンセンター、ゲームセンター、プール、バッティングセンター、ミニチュアゴルフ場など多種のセグメントにわたっている。

今回は8月及び9月にかけて回答した20ヶ国170施設がアンケートに協力した。（170施設のうち99ヶ所が米国、他はヨーロッパ、アジア、オセアニア、南米、カナダ、日本）

●レジャー産業は世界的に追い風

〈表－1〉は全世界のレジャー施設の地域別入場者数の推移であるが、91年は90年に比べて全般的に追風基調になっている。しかし一昨年湾岸戦争等で市場が冷えた米国の場合、今回調査の著しい入場者の伸びはにわかに信じ難いものといえる。これは91年の集計がまだシーズン途中の予測ベースであるためだが、それにしてもかなり楽観的なものであると言わねばならない。

〈表－1A〉を見ればさらに米国内での様子が良く理解出来ると思うが、経済環境の悪化を反映してニューイングランドでは9％のマイナスとなっている。しかし他地域、特に中西南部は過去2年間19％、12％と大幅な増員となっている。91年度の最終結果は果してどうなるか興味深い。

表－1　年間入場者数（全地域）

表－1A　年間入場者数（米国地区別）

さて、この調査の前提条件は次のとおりである。対象は大小様々な運営規模、様々な娯楽内容の遊戯施設である。〈表－2〉〈表－2A〉は各地域に於ける調査対象の施設規模の分布をあらわしている。

それによると、年間入場者数10万人以下の施設が約30％となっている。これらの施設は大規模遊園地と違い非常に小人数で運営され、また入場料も取っていない。しかしながらこのセグメントの遊戯施設は業界の景気動向に大きく作用していることは見逃せない。〈表－2A〉の通り、米国カナダではこの傾向が顕著であり逆に、環太平洋地域（主として日本）では100万人超の施設が圧倒的である。これは単にこの地域からの回答が全て大型施設からのみであったからであり、この地域に小規模オペレーターが存在しないのではない。

米国ではミニゴルフ、日本ではウォータースライダー

〈表－3〉はアトラクションの種類についての調査である。地域的な特色が如実に語られている。

スナック・バーはどの地域に於ても上位である。このことはたと

表－2　運営規模別入場者分布（全体）
Attendance Distribution(All Regions)

単位：千人	%
0-100	30
100-250	21
250-500	14
500-1000	16
1000＋	19

表－2 A　運営規模別入場者分布（地区別）
Attendance Distribution(By Region)

表－3B アトラクション（ヨーロッパ）

アトラクション	%
スナック・バー	96
キディライド	76
メリーゴーランド	60
アダルトライド他	52
レストラン	92
ライブショー	72
ミニゴルフ	20
バンパーボート/カー	48
ウオーターライド他	44
コースター	44
観覧車	24
ゴーカート	16
ウオータースライダー	32
映画・アニメーション	44
アニマルショー・動物園	40
ダークライド	32
バッティング・ケージ	4
造波プール	16

表－3 A　アトラクション（米国）

アトラクション	%
スナック・バー	86
キディライド	50
メリーゴーランド	41
アダルトライド他	40
レストラン	28
ライブショー	36
ミニゴルフ	54
バンパーボート/カー	40
ウオーターライド他	30
コースター	30
観覧車	32
ゴーカート	31
ウオータースライダー	27
映画・アニメーション	16
アニマルショー・動物園	19
ダークライド	15
バッティング・ケージ	25
造波プール	10

表－3　アトラクション（全体）
Amusement Mix Regions

アトラクション	%
スナック・バー	89
キディライド	60
メリーゴーランド	50
アダルトライド他	50
レストラン	48
ライブショー	46
ミニゴルフ	43
バンパーボート/カー	43
ウオーターライド他	38
コースター	36
観覧車	33
ゴーカート	30
ウオータースライダー	30
映画・アニメーション	26
アニマルショー・動物園	24
ダークライド	22
バッティング・ケージ	19
造波プール	10

表－3 D　アトラクション（カナダ）

アトラクション	%
スナック・バー	86
キディライド	64
メリーゴーランド	50
アダルトライド他	57
レストラン	43
ライブショー	36
ミニゴルフ	36
バンパーボート/カー	50
ウオーターライド他	57
コースター	14
観覧車	36
ゴーカート	14
ウオータースライダー	29
映画・アニメーション	29
アニマルショー・動物園	29
ダークライド	7
バッティング・ケージ	14
造波プール	21

表－3 C アトラクション（環太平洋地域）

アトラクション	%
スナック・バー	94
キディライド	88
メリーゴーランド	88
アダルトライド他	94
レストラン	100
ライブショー	56
ミニゴルフ	25
バンパーボート/カー	38
ウオーターライド他	69
コースター	63
観覧車	56
ゴーカート	56
ウオータースライダー	56
映画・アニメーション	50
アニマルショー・動物園	31
ダークライド	50
バッティング・ケージ	13
造波プール	50

え小規模な施設であっても、飲食施設は欠かせないことを物語っている。また環太平洋地域（主に日本）では本格的レストランが100%となっているが、これは、日本の大型遊園地には本格的レストランが不可欠な要素であることを示している。

その他、地域的な特色としてあげられるのは、

1、ヨーロッパ・日本ではライブショー、ダークライドが人気。

2、ミニゴルフは米国・カナダでの特異な現象。

3、ウォータースライダーは全体でも増加しているが、特に日本での人気は高い。

4、ウォーターライドは全世界で根強い人気を保っている。

顧客単価は日本がNo.1、収入源は入場料

アトラクションの種類の調査をすることは、各遊戯施設の収益状況を知る上で有益である。しかし、実際には入場料収入が全地域平均で33%、大型遊戯機からの収入が25%と大半がこの2つのカテゴリーによるものである〈表-4、5〉。これは売り上げの大きい大型遊園地の影響が調査結果に色濃く反映されているためである。また日本・アメリカ・カナダでは大型遊戯機からの収入はほぼ同水準であるがヨーロッパでは少ない。逆に飲食及び器具の貸し出しからの収入が多くなっている〈表-4A〉。

これは、ヨーロッパの遊園地では入場料さえ払えばほとんどのアトラクションが無料になるためである。

入場料については、カナダが若干高い傾向にあるものの、他の地域はほとんど同水準である。但し、日本の子供料金の設定は比較的安価である〈表-6・7・7A〉。にもかかわらず、客単価は最も高い。〈表-8・9・9A〉。これは繰り返す様だが、日本からの回答は全て大型遊園地であったことを加味してとらえないとならない。

人件費の削減はパートを有効に使うこと

一方、支出だが、次ページ〈表-10〉の通り、やはりトップは人件費である。（正社員19%・パートタイマー18%）

表-5　一般入場料（おとな）
General Admission(Adult)（単位：USドル）

全　体	9.86
アメリカ	9.69
ヨーロッパ	9.96
環太平洋	9.77
カナダ	11.2

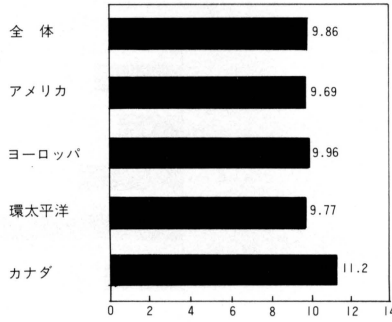



表-4　収入源分布　（全体）
Sources of Revenue(All Regions)

	%
入場料	33
飲食	11
ゲーム/アーケード	9
駐車場	4
大型遊戯機	25
物販	7
イベント・コンサート	2
器具貸出	3
その他	6

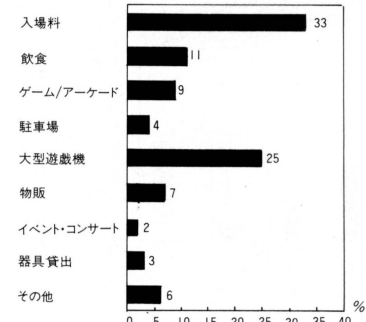
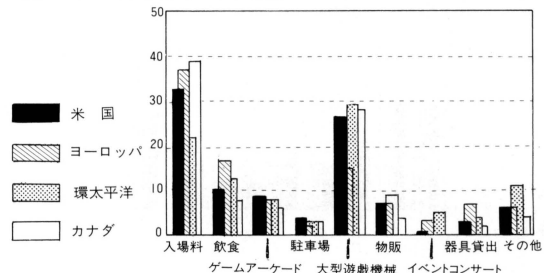



表-4 A　収入源分布（地域別）Sources of Revenue(By Region)

人件費の支出全体に占める割合は各地域ほとんど共通であるが、面白いのは、米国では保険料の占める割合が高く、カナダでは飲食費が高くなっていることである。

高い人件費を極力おさえるためパートを繁忙期にうまく使うことが大切である。各施設の意図は〈表－11・12・13〉において明確である。

この傾向は年間入場者数25万人から50万人の施設で顕著であるが大規模遊園地では正社員を確保する手法も同時にとられているのは見逃せない。また、パートの年齢は近年までは19才未満が一般的だったが、56才以上のシルバーエイジの増加は著しく、今後もその傾向が続くと思われる。

なお、米国での保険料支出の増加については前述したが、〈表－17〉の通り、今年は近年の増加傾向が少し止まっている。製造者賠償保険（プロダクツ・ライアビリティー・インシュアランス＝通称PL保険）はもはや米国では全くスタンダードになり、市場も落ちついたのであろう。

表-6　一般入場料（子供）
General Admission(Child)

単位：USドル

全体	6.97
米国	7.28
ヨーロッパ	6.57
環太平洋地域	5.34
カナダ	8.33

表-7　入場料分布（おとな）全体
Admission Distribution(Adult)

	%
$0-$5	25
$6-$10	30
$11-$15	25
$16-$20	17
$20＋	4

表-7 A　地域別入場料分布（おとな）
Admission Distribution-(Adult)

%

$0-$5　$6-$10　$11-$15　$16-$20　$20＋

米国　ヨーロッパ　環太平洋地域　カナダ

表-8　客単価（入場料を除く）
Per Capita Revenue(Excluding Admission)

単位：USドル

全体	7.64
米国	5.76
ヨーロッパ	9.3
環太平洋地域	16.09
カナダ	6.82

表-9　客単価分布（全体）
Per Capita Revenue Distribution(All Regions)

	%
$0-$5	45
$6-$10	27
$11-$15	12
$16-$20	9
$20＋	7

表-9 A　客単価分布（地域別）
Per Capita Revenue Distribution By Region

%

$0-$5　$6-$10　$11-$15　$16-$20　$20＋

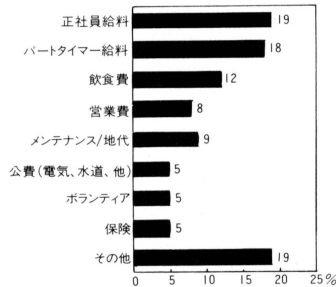
米国　ヨーロッパ　環太平洋地域　カナダ

表-10　運営支出（全体）
Operating Expenses By Region

	%
正社員給料	19
パートタイマー給料	18
飲食費	12
営業費	8
メンテナンス/地代	9
公費（電気、水道、他）	5
ボランティア	5
保険	5
その他	19

表-10 A　運営支出（地域別）
Operating Expenses All Regions

正社員給料　パートタイマー給料　飲食費　営業費　メンテナンス／地代　公費　ボランティア　保険　その他

米国　ヨーロッパ　環太平洋地域　カナダ

設備投資は減少、大型遊戯機械の導入意欲は旺盛

設備投資計画についてのアンケートによると、総額ベースで91年度4億2千万ドルに対し、92年度は2億6千6百万ドルと大幅にダウンしている。このアンケートはあくまで計画ベースで行ったため実現しないプロジェクトが含まれる可能性もある。従って実際にはもっと低い数字になると予想される。

アトラクション別の投資計画は大型遊戯機械が最も多い。これは最近の大型機における据付の簡素化、メンテナンス性の向上等が貢献していると考えられる。

表11　従業員内分(全体)
Personnel All Regions

	(人)
正社員	80
パート(繁忙期)	216
全パートタイマー	348

表13　従業員数(対入場者別(全体))
Personnel Distribution All Regions

(入場者数：単位千人)	パートタイマー
0-99	20
100-249	90
250-500	152
501-1000	193
1000 +	768

■ 正社員　▨ パートタイマー

表-12　従業員数分布(全体)
Personnel Distribution All Regions

(人) 0-10 / 11-50 / 51-100 / 101-500 / 501-1000 / 1000 +

0 10 20 30 40 50(%)

■ 正社員　▨ パートタイマー

表-15　パートタイマー時給(米国)
Seasonal Employee Wages(U.S. Parks)

(4人)	(%)
$ 4 以下	27
$ 4-$ 4.99	43
$ 5-$ 6.99	21
$ 7 +	9

表-14パートタイマー年齢分布(全体)
Seasonal Employee Demographics(All Regions)

年齢	(%)
14以下	4
14-16	16
17-19	41
20-55	30
56 +	9

表17　保険料(米国、対1990年)
Insurance Costs(U.S.Parks)

マイナス / イコール / 1～10%プラス / 10%以上プラス

0 5 10 15 20 25 30 35 40 (%)

表-16　パートタイマー時給(全体)
Seasonal Employee Wages(International Parks)

	単位：USドル
最低25%	4.45
中間50%	5.62
最高25%	7.46

遊園地は地域社会に貢献

レジャー施設は様々な意味で地域社会の発展に役立っていることが今回の調査で判明した。遊園ができれば、税金を収め、従業員に賃金を支払うのみならず、観光客がその地域に集まる。〈表-21〉にある通り、この観光収入は調査全施設の累計で8億ドル以上となっている。これは年商10億ドルの利益をあげるある大企業の一工場あたりの地域貢献額が1千2百万ドルであることを考えてもいかに大きな額であるか理解できるであろう。

今後は小型のロケーションが主流

〈表-23A〉には1平方フィートあたりの遊戯施設開発費用の経時変化を示している。66年から85年の1平方フィートあたりの平均開発費は、61ドルとなっているがこれは中間時点の75年の数字を採用している。従ってこの時点から毎年10%のインフレ率を加味して考えれば、86年から91年現在の平均開発費用は比較的リーズナブルであるといえよう。

表-20 種別1件あたりの設備投資額（全体）
Capital Expenditures Average Expense(All Regions)

種別	金額
新・アダルトライド	2.677
新・キディライド	0.475
新・ショー等企画	2.99
新・飲食店	1.914
新・テーマ推進	1.337
新・ウオーターライド	0.529
新・サービス	1.53
その他	0.733

（単位：百万ＵＳドル）

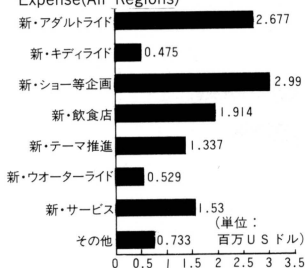



表-18 種別設備投資計画件数(全体)
Capital Expenditures Projects By Category(All Regions)

種別	件数
新・アダルトライド	39
新・キディライト	26
新・ショー等企画	18
新・飲食店	15
新・テーマ捉進	24
新・ウオーターライド	18
新・サービス	7
その他	32

（件）

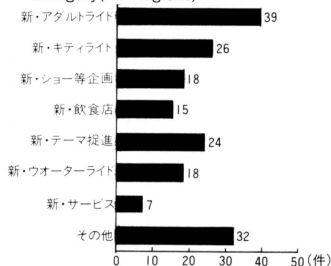



表-18 種別設備投資金額(全体)
Capital Expenditure Total By Category(All Regions)

種別	金額
新・アダルトライド	
新・キディライト	12.35
新・ショー等企画	53.87
新・飲食店	28.72
新・テーマ捉進	32.09
新・ウオーターライド	9.52
新・サービス	1.53
その他	23.45

（単位：百万ＵＳドル）

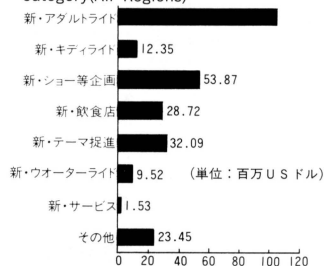



表-23開場年度比較と開場施設(単位施設)数
Opening Year Parks Developed per Year

年度	開場年度(%)	開場施設件数(年平均)
1945-1965	22	1.3
1966-1985	51	3.1
1986-1991	27	5.5

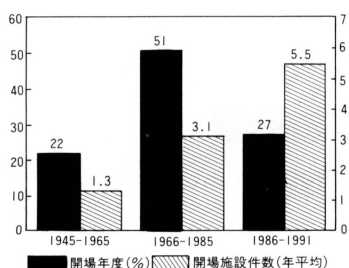



表-22 施設面積(平方フィート)
Area Developed Square Feet

(千平方フィート)	(%)
40以下	8
41-160	21
161-400	16
401-800	14
801-2000	14
2000以上	27

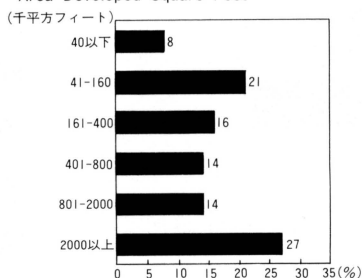



表-21 地域社会への貢献度（全体）
Contributions to the Community (All Regions)

貢献項目(回答件数)	金額
年間税額(120件) 平均＄39万	47.37
給与支払額(133件) 平均＄238万	316.81
地域観光収入(83件) 平均＄971万	806.1

（単位：百万ＵＳドル）

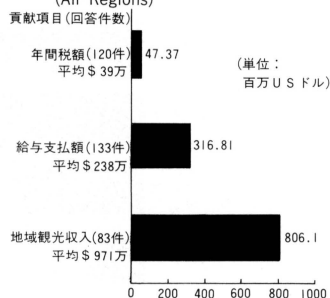



表-23Ｃ開場年度と平均施設面積
Opening Year Current Average Area Developed

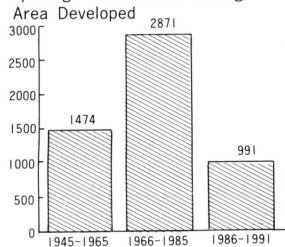
年度	面積
1945-1965	1474
1966-1985	2871
1986-1991	991

（単位：千平方フィート）

表-23Ｂ開場年度と平均入場者数
Opening Year Current Average Attendance

年度	(千人)
1945-1965	471
1966-1985	633
1986-1991	228

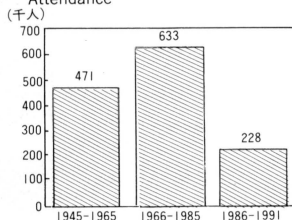
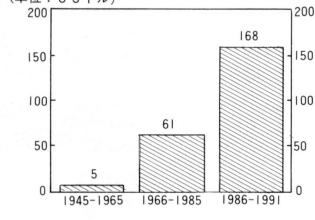



表-23Ａ開場年度と１平方フィートあたりの開発費用の推移
Opening Year Initial Cost per Square Foot

年度	(単位：ＵＳドル)
1945-1965	5
1966-1985	61
1986-1991	168

〈表－23・23B・23C〉によれば、世界の大型遊園地のほとんどは66年から85年の間に造られている。これは世界の景気動向を反映した結果であろう。一方、86年以降は、1年あたりの開場件数が増加しているにもかかわらず、入場者や総床面積は減少傾向にある。即ち、この時期には比較的小規模な遊戯施設の開場が多かったのである。時に米国ではその傾向は顕著であり今後もそれは継続するだろう。

経営・資本は欧米では個人、日本では大企業の異業種参入

日本以外の地域ではレジャー施設の経営は個人又は、個人会社が行なうケースが多い。面白いのは特に米国で、当初会社組織で発足した施設が途中で個人経営に変わることが多いのである。断言は出来ないが、これはおそらく、会社組織より個人経営の方が各レジャー施設の特色（オーナーの個性ともいえる）を出しやすい。また資金調達や設備投資等施設の運営の面で素早い決定がしやすい等のメリットがある為であろう〈表－24・25・26・27〉。しかし、これはあくまで年間入場者50万人以下の小規模施設での特色で大型遊園地の運営の多くは個人会社（オーナー企業）が行なっている。一方日本では、大型遊園地の運営は殆んど民間会社（パブリック・カンパニー）が行なっている。これは日本と欧米の社会制度及び税法等の差によるものであろう。

また、資本・資金の調達についても欧米・カナダと日本では違った傾向をみせている。欧米・カナダでは、個人投資・銀行投資が大きな割合を占めるが、日本では、やはり民間企業が主流である〈表－28・29・30〉。特に、日本では近年大手民間企業（新日鉄のスペースワールド等）異業種による投資が目立つ。またカナダで政府・自治体の公共投資の割合は地域に比べ高いことも興味ある事実となっている。

表-24経営形態の変化（創立当初とその後）
Company Structure Initial and Current

個人・オーナー／個人会社／公営／民間企業／共同経営／第3セクター／その他
0 10 20 30 40 50 60 70（%）
当初　現在

表-25　地域別経営形態
Company Structure Current Structure by Region

個人・オーナー／個人会社／公営／民間企業／共同経営／第3セクター／その他
0 10 20 30 40 50 60 70（%）
米国　ヨーロッパ

表-26地域別経営形態
Company Structure Current Structure by Region

個人・オーナー／個人会社／公営／民間企業／共同経営／第3セクター／その他
0 10 20 30 40 50 60 70 80（%）
環太平洋　カナダ

表-27経営形態（年間入場者別）
Company Structure

（%）0 10 20 30 40 50 60 70
個人・オーナー／個人会社／公営／民間企業／共同経営／第3セクター／その他
25万人以下　25～50万人　51～100万人　100万人以上

表-28資本形態
Capitalization Source of Initial Funding

銀行／政府・自治体／地方投資家／個人資本／民間企業／その他
0 5 10 15 20 25 30 35 40（%）

表-29資本形態（地域別）
Capitalization Source of Initial Funding

銀行／政府・自治体／地方投資家／個人資本／民間企業／その他
0 10 20 30 40 50
米国　ヨーロッパ　環太平洋　カナダ

表30資本形態（規模別）
Capitalization Source of Initial Funding

0 10 20 30 40
銀行／政府・自治体／地方投資家／個人資本／民間企業／その他
25万人以下　25～50万人　51～100万人　100万人以上

『ファンクルズ ガーデン』
Fan-Cruise Garden

㈱フジタを代表企業とするグループが、平成8年3月、幕張新都心の隣接海岸部（千葉市美浜地区）に「ファンクルズ　ガーデン」をオープンさせる。総事業費は約600億円。

敷地は、千葉県の所有する23・8万㎡。千葉県の実施した民活利用の公園整備事業提案競技（平成2年9月に応募要項発表）に平成4年3月、同グループが当選、今回の計画がスタートすることになった。建設工事着手は平成6年3月を予定。なお、事業用地は県が貸付け、事業者は、県との基本協定に基づき計画施設の建設ならびに運営管理を行なうという契約となっている。

グループの構成メンバーと協力企業、それらの同計画における役割は別表の通り。

●　●

「ファンクルズ　ガーデン」は、〝ファンタスティック　クルージング　ガーデン〟の略称。東京湾に面し、人工海浜〝幕張の浜〟を持ち、加えてクルーズターミナルやマリーナに接するという立地を背景に、〝海と世界〟をテーマにした開発を展開、国際性の強いシーフロント開発のモデルとなることが意識されている。

パークは、地域に開放されたオープンパークゾーン（無料）と、参加体験型アミューズメントミュージアムとしてのインナーパークゾーン（有料）で構成される。全体としては、「展示・教育」「文化」「情報」「飲食」「物販」「宿泊」「遊」の7つの主要機能とそれを包みこむ「高環境」が複合する施設、というコンセプトになっている。駐車場は2500台収容。

〈オープンパーク〉

新都心街区や見浜園、クルーズターミナルなどに面した敷地西側部分に設けられている。以下のような施設から成る。

・オーシャンプラザ……オープンパークの核となる8階建ての施設。都市軸上に海まで開放されたアトリウムを持つ。テーマホテル、フェスティバルプレイス、ユネスコミュージアム、駐車場等がある。人々が集い、夜も賑わう「海の広場」を形成。

・海浜の森……隣接する千葉マリ

メンバー構成

企業名	当計画における役割
㈱フジタ	事業推進総合調整 事業部門統括 企画・設計部門担当
㈱バンダイ	事業推進総合調整 企画・ＰＲ部門統括 事業部門担当
泉陽興業㈱	運営管理部門統括 事業・企画部門担当
東洋建設㈱	設計・建設担当
オルガノ㈱	水環境計画 水質管理計画
㈱インタープラン	設計部門統括
オムロン㈱	管理システム担当
リッツ・オリエンタル・リミテッド	運営管理部門担当 事業・企画部門担当
新日本製鐵㈱	設計・建設担当

協力企業

企業名	当計画における役割
㈳日本ユネスコ協会連盟	特別企画協力 運営連携
P．D．C．（プラネタリ・デザインコーポレイション）	エコロジー計画 環境計画
㈱日本能率協会総合研究所	交通計画 駐車場計画
㈱日比谷アメニス	造園計画 造園管理
㈱アイ・ピー・コンサルタンツ	防災計画 運営管理計画協力

ファンクルズガーデン
平面プラン

ファンクルズガーデン
全体模型

ンスタジアムとインナーパークの融合を図る配置。幕張新都心における都市の庭園を形成し、人々に安らぎの場を提供。

・渚の支援施設……クルーズターミナル、1Kmのボードウォーク、3つのビーチプラザから構成され、海からの景観に表情を与える配置となる。

・エントランスパーク……新都心とインナーパークを結ぶ位置。

〈インナーパーク〉

キャナルを中心に構成される敷地東側のゾーンで「海のシルクロード」がテーマ。7つの港街（ベニス、アテネ、アレキサンドリア、イスタンブール、ボンベイ、バンコク、上海）がキャナルに沿って舟で巡るようレイアウトされる。

各港街は、文明等その街が最も輝いた時代を表現。芸術、芸能、民族文化等、幅広いジャンルのイベントをはじめ、アトラクション、キャラクター等のパークのソフトを7つの港街で多彩に展開する。また、大航海における〝海〟を表現する大規模なキャナルでは、クルーズシーンの他、大航海にまつわる歴史、文化、科学等を遊びながら学べるようにする。

メインテーマ
「みどりと海のシティパーク」
サブテーマ
「子供と世界のふれあい」
「世界と科学と海の出会い」
ストーリーテーマ
「海のシルクロード」
マインドテーマ
「シンフォニア」

開発理念
・喜びと感動の共有（ファンタスティック・エデュケーション）
・国際文化交流（ミュージアム・クルージング）
・自然環境との共生（アメニティ・ガーデン）

施設床面積内訳 単位：㎡

	ゾーン名＼用途	文化教養	アミューズメント	飲食	物販	宿泊	その他	合計
インナーパーク	エントランス	800	200	1,600	2,300	－	3,900	8,800
	ベニス	1,200	－	1,900	1,600	－	－	4,700
	アテネ	900	700	500	100	－	－	2,200
	アレキサンドリア	580	700	500	220	－	－	2,000
	イスタンブール	1,100	1,600	1,200	1,100	－	－	5,000
	ボンベイ	－	－	230	170	－	－	400
	バンコク	800	－	220	180	－	－	1,200
	上海	1,050	1,500	850	600	－	－	4,000
	バックヤード	－	－	－	－	－	4,000	4,000
	小計	6,430	4,700	7,000	6,270	0	7,900	32,300
オープンパーク	オーシャンプラザ	2,000	－	4,000	8,000	15,000	－	29,000
	ユネスコミュージアム	1,500	－	－	－	－	－	1,500
	小計	3,500	0	4,000	8,000	15,000	0	30,500
合計		9,930	4,700	11,000	14,270	15,000	7,900	62,800

7つの港街各ゾーンの構成施設とその割合は別表参照。このうちベニスゾーン、イスタンブールゾーンは、以下のような内容となっている。

●ベニスゾーン
～陽気な海の商都～

13～15世紀、地中海を制し黄金時代を迎えたベニスの当時の繁栄ぶりを、世界の港町から集まる陽気な商人達、華麗な建物でつくられる街並で表現する。建物の間を走る迷路風のキャナル、多様な形をした橋、広場、ビザンティン様式の寺院などを配置。

計画されている具体的な内容は、①ベニスの儀礼船〝ビューセントール号〟を再現し港街をショークルーズ、②オペラハウスでシェイクスピアの〝ベニスの商人〟等を上演（世界のアーティストの発表の場づくりも行なう）、③タウンシンボルとして〝翼を持った獅子〟を掲げ象徴化、④レーザーによる光のショーや建造物等のライトアップで夜の賑わいの演出。

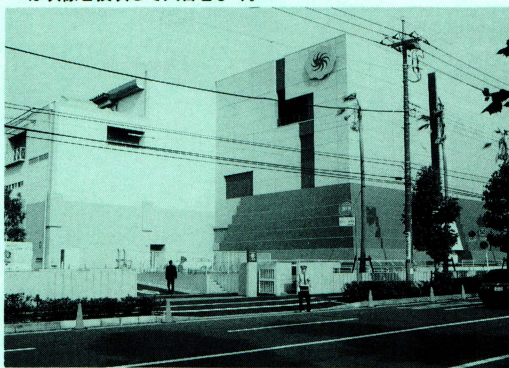
●イスタンブールゾーン
～離宮伝説～

東西交易の要衝として栄えたボスボラス海峡の港街を、ビザンチン・オスマンの重層文化の中に表現し、各時代の皇帝たちの物語を垣間みせる。デザイン的には、大きい湾の正面に尖塔を持つ大寺院（アヤソフィア寺院）を配置し、その周囲に東西の様式の施設を賑やかに混在させ、モザイク状の港街の風景を創りあげる。

計画されている具体的内容は、①東西の職人が競い合いながら宝物を創りあげる工房体験、②オリエント急行の始発駅・幻の中国コースの旅情体験、③各種のアミューズメント施設を街中に埋め込み、不思議な賑やかさを演出、④ドックにおいて各国船の進水式、水上パレードを実施。

(1)計　画　地……千葉市美浜（地域地区……住居地域、第1種高度地区）
(2)敷 地 面 積………23.8万㎡〔周辺緑地　3.2万㎡〕
(3)土地利用内訳
・緑化面積………13.55万㎡〔緑化率＝$\frac{13.55}{23.8+3.2}$×100＝50.2％＞50％〕
・水面面積………　3.10万㎡
・建築面積………　3.07万㎡〔建ペイ率＝$\frac{3.07}{23.8}$×100＝12.9％＜13％〕
・その他面積………　4.08万㎡
(4)床　面　積
・施設床面積　　62,800㎡
・駐車場面積　　42,000㎡
2,000台（インナーパーク部）＋500台（オーパンパーク部）

アクアレジャー情報

▼『ワイルドブルーヨコハマ』外観。通称ゴム通りに面しており、夜間には映像を投映して人目をひく。

NKK初の自社ウォーターパーク『ワイルドブルーヨコハマ』6月13日オープン

88年豊島園『ハイドロポリス』、91年六甲アイランド・AOIA『スプラッシュガーデン』と国内ウォーターパークの節目となる話題施設を施工してきたNKK㈱（山城彬成社長、本社東京）では、これまでの技術の集大成ともいうべき自社経営のウォーターパークを完成させた。国内では初のテーマパークスタイルのウォーターパークとなる。弊誌では詳細について既報しているが、オープンに先立つギャラプレミアが6月11日に開催され、実際に体験利用もできたのでこの機会に更にくわしい施設概要等を紹介しておく。

運営は三井不動産㈱から㈱ららぽ〜とへの再委託、飲食はNKK関連会社

完成した施設『ワイルドブルーヨコハマ』（以下WBYと略）は外部にプールを付帯しているが、屋内型ウォーターパークと分類できる。もちろん通年営業施設となり、ヤングアダルトが主たるターゲットである。

総事業費200億円を投じ、オープンしたのは6月13日。場所は横浜市鶴見区、以前NKKの野球グランドがあった場所である。その跡地利用として社内外でコンペが行なわれ、同社遊空間エンジニアリング部のウォーターパークプランが採用されたという経緯だ。

NKKは事業主体で、運営は三井不動産㈱（田中順一郎社長、本社東京）に委託され、同社から更に三井不動産グループである㈱ららぽーと（高橋　惇社長、本社千葉県船橋市）に再委託されている。また、施設内の飲食店はNKKグループのエヌケーケーフーズ㈱が

タコをモデルにしたシンボルマーク▶

▲流水プール『ウォーター・ウェイ』から造波プール『ビッグ・ベイ』をのぞむ。

担当する。WBYはNKKにとって初めての本格的レジャー施設となるが、飲食ショップの運営も初めてである。

そもそも、鉄鋼事業が主体のNKKがレジャー施設の経営に進出したのは、円高構造による鉄鋼不況が背景にある。そこで同社の海洋エンジニアリング部の人材を有効に活用するべく同事業部を遊空間エンジニアリング部と改名し、レジャー事業へと乗り出した。これまではハードの部門（豊島園『ハイドロポリス』、AOIA『スプラッシュガーデン』、㈱タイトーのD^3ボス、人工スキー場ザウス〈来年〉）を手がけてきたが、その実績を基にこの度の施設経営に到った。

NKKでは「生活者の皆様の身近なところでお役に立ちたい」と意向を表明しており、ウォーターパークの開設については、これまでの同社の発展に寄与した地域社会に対し、レジャー需要を喚起して社会還元を行なうという目的、造波装置や発電システム等自社技術を応用できること、都心から30Km圏内の人口1300万を対象に、競合施設がないこと等をその理由として挙げている。

2mの高波を数秒間隔で発生させる独自の造波プールが目玉

WBYは、建築面積約1万5800㎡、延床面積約3万2570㎡を使って地上3層、地下1層の建屋につくられている。パーク全体のテーマは〝心の島〟という設定。修景は南国の小島を思わせ、スライダーや各種プールがそれぞれ島の風景の一つとして位置している。

これらの修景はテーマストーリー（弊誌92年2月号参照）にのっとっており、例えば難破した海賊船あり、風車あり、農場風のレストラ

▲『レインフォレス』とこのスペースには森林のような花のような香りが漂っている。

▼『ビッグ・ベイ』の波打際。大波を起こすと浜のかなりの部分が水に浸る。

ンありといった装飾がなされ、島民（スタッフ）が来場者をもてなすという設定になっている。

最大の目玉施設は2階の入口をくぐって前方に広がる造波プール〝ビッグ・ベイ〟。水路幅20〜55m、長さ93m、最大2mの波を発生でき、チューブウェーブ（巻き波）も起こせる。したがってサーフィンをすることも可能。通常は小さな波で営業するが、1日数回大波を起こし、サーフィンボートより一回り小さいボディボードが利用できる。

造波装置はNKKが独自に開発した傾斜プランジャー方式を採用。このシステムは、2枚の造波板が45度の傾斜面を往復して波を発生させるもので、同じサーフィンが可能なダムブレーク方式は1〜2分に1回しか高波を発生できないのに対して、傾斜プランジャー方式は数秒間隔で発生できる。この造波装置を組み込んだ造波プールは大阪市南港海水遊泳場に次いで国内2番目。この装置こそ南極観測船も開発した〝造船屋〟の技術を最大限に活かしたものだ。

流水プール「ウォーター・ウェイ」も室内の流水プールとしては世界最長という触れ込み。2階の中空をぐるりと取り囲むように3階部分に設けられ、島を流れる川という設定だ。水路幅5m、全長350m。フロートに乗って一周すると約10分かかる。同じNKKが担当した流水プールでもAOIAのような仕掛けは特になく、途中トンネルがあるくらいでつくりそのものはシンプルである。

5本のウォータースライダー「オールドラムファクトリー」は流水プールと同じ3階に滑走入口があり、海賊が造った酒造所跡のパイプラインで遊ぶという設定。5本の全長は600m、高低差17m。1人乗りの浮き輪で滑れる「ビッグバレル」、一旦外に回って1階に着水する「ラム」「モルト」、2階に着水する緩やかな「シュガー」最もスピードの速い小径の「スクイーズ」で構成されている。このスライダーはすべて兼松㈱（小田啓二社長、本社東京）製。施工の監修も同社が行なっている。設定に沿って風車の模型を動かし、雰囲気作りをしている。

「パーティラグーン」は、唯一の屋外プール。島の内陸部に湧き出た泉という設定である。面積は

▲『パイレーツ・シップ』朽ちた船底が通路となっている。

▼レストラン『フェアリー・バスレット』。ビーフハンバーガー390円〜ビーフシチューセット1480円まで。

380㎡。春や秋には貸切りスペースとして開放することも予定している。但し、通年オープンさせるかは未定。

WBYは若者を主なターゲットとしたウォーターパークであるが、一応子供プール「キディ・ラグーン」もある。ほんの水遊び場といったスペースである。

リラクゼーション施設は2階。ホットアップキャビン（サウナ）、スチームキャビン（採暖室）、タンニングコーナー（日焼け）、2つのワールプール（ジャグジ）がある。小さいのでかなり待たされそう。

水関連の施設はこれだけで、後は飲食施設やレンタルショップ等で構成される。2階のレストラン「フェアリー・バスレット」はファーストフードとカフェテリアで構成され、農園主の館をイメージしてランプや農耕機具等が置かれて雰囲気を演出している。他に2階ではカフェ「マデニーナ」でトロピカルドリンク等を供する。カフェは3階の流水プール脇にもあり（「フォルトゥーナ」）、施設内の飲食施設は以上。しかし実際にはエントランス上の流水プール脇にシーフードとステーキのレストラン「ユーフォリア」があるが、同レストランは付帯施設という位置づけで、外から直接入る入口が設けられている。水着による入場はできず、一旦退出してからでないと利用できない。NKKでは、一般のファミリーレストラン感覚で運営するとしている。

▲『ビッグ・ベイ』でのサーフィン実演。通常は“サーフィンボード”ではなく、“ボディボード”。

▶流水プール『ウォーター・ウェイ』。同じNKKのAQIAの流水プールと比較すると仕掛けがなく、単調。

▼最も速度が出るスライダー『スクイーズ』の一部。閃光を発して暗い内部を滑る利用者を驚かす。

▼5本のウォータースライダー施設『オールドラムファクトリー』。

▲『オールドラムファクトリー』の風車。酒造所跡のなごり、という設定。

運営にスポンサー制度を導入 外部企業の参画を仰ぐ

施設内ではキャッシュレスですべてのサービスが受けられるリストバンドを身につける。このバンドにはバーコードが入っており、レンタル用品を借りたり食べ物や飲物を購入する際にスタッフがバーコードを読み取り、最後に退出する際にカウンターで精算するというシステム。

入場料は営業時間午前9時から午後5時までが大人3900円、5時以降はサンセット料金として2900円。また、夏季は〝トップシーズン〟という名称で位置づけており、今年は7月18日から9月23日までとなる。それ以前のオープンからの期間とトップシーズン以降は〝レギュラーシーズン〟として大人3200円、サンセット料金は2400円。但し、サンセットのチケットは当日5時からでないと販売しない。

物販店及び飲食店には、WBY独特のアソシエートカンパニーシステムが導入されている。このシステムは、WBYの施設コンセプトに賛同できる外部の企業に運営の一部に参画してもらうというもの。現在、サッポロビール㈱、東京ガス㈱、日本たばこ産業㈱、富士コカ・コーラボトリング㈱、富士写真フィルム㈱の5社。各社とも自社の製品及びサービスを提供していると思われるが、詳細は明らかにされていない。NKKでは、今後も他社から引き合いがあれば1業種1社の原則に基づいて参加できるとしている。

スタッフはピーク時で総勢500名。ライフガードを中心に構成している。特に男性はほとんどがライフガード講習会の受講者。この陣容に見られる通り、WBYは安全面で慎重な姿勢が窺える。

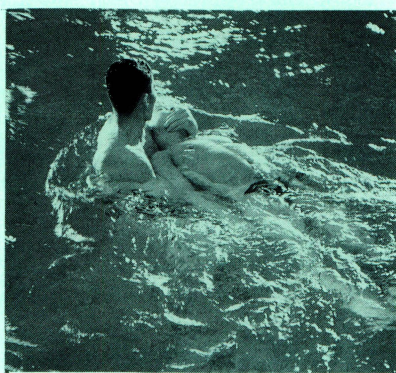
というのも、Safty（安全性）、Enjoyment（楽しみ）、Amenity（環境の快適性）を運営の基本理念としているから。ちなみにこの3つの頭文字をつなげるとSEA（海）になる。

救護室には国家資格を持つ一般の病院と同様の看護婦が常駐し、緊急時には酸素吸入までを行なえる。救命訓練に関しては徹底した教育を行なっているようだ。

▼ライフガードのユニホーム。「監視員」という印象を与えないよう配慮してデザインされた。

テーマコンセプトは海外に依頼 ソフト変更でリピーター対策

WBYのテーマコンセプト、及びロゴ等のサインを開発したのは世界各地のデザイナーやアーチストの団体㈱CIAとスタジオセイリーニ。セイリーニ社は映画「スターウォーズ」のタイトルやFMラジオ局J—WAVEのサインをデザインしたことで著名なデザインスタジオである。これらのスタッフによってWBYはテーマが洗練され、上手く具現化できている。

例えば外観からは伺い知れない修景がWBYのおもしろさ。ロッカーで着替えた後、熱帯食物の生い茂る「フォレスト」を通ると一種森の香りのような強いフレーバー

▲ライフガードの救助実演。男性スタッフの殆どは講習を受講している。

●チケットの種類と料金

1992年6月現在

期間	種類	大人（中学生以上）	小人（4歳～小学生以下）
トップシーズン 7/18～9/23	ワンデイ	3，900円	2，600円
	サンセット	2，900円	1，900円
レギュラーシーズン 6/13～7/14 9/24～3/31	ワンデイ	3，200円	2，100円
	サンセット	2，400円	1，600円
	団体	2，900円	1，900円

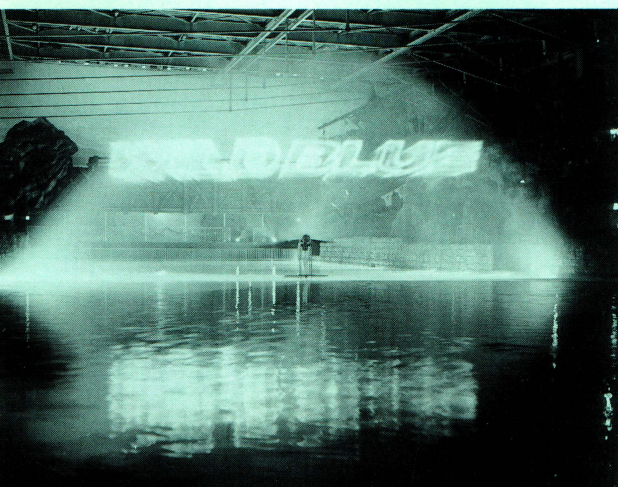
（料金はすべて消費税込）

●営業時間

トップシーズン（7/18～9/23）	レギュラーシーズン（6/13～7/17）（9/24～3/31）
9：00～22：00	10：00～21：00（原則として月～木および日） 10：00～22：00（原則として金、土および春休み、ゴールデンウィーク、冬休み）

駐車場料金

シーズン	種類	料金
トップシーズン	自動車	1，500円
レギュラーシーズン	〃	1，000円

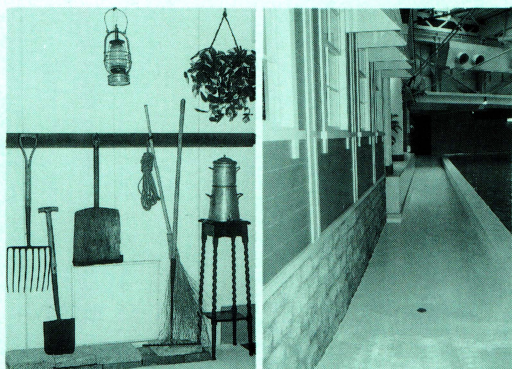
WILD BLUE YOKOHAMA

◀1日1回上演される『トワイライト・ウォーターファンタジー』。ディスコの"チークタイム"のような時間をつくり出している。

が漂ってくる。ここから南の島という非日常の世界の始まりを告げているのだ。造波プールの奥は「ルカの砦」という戦争の傷痕がのこる城壁と、大波で朽ち果てたという設定の「パイレーツシップ」が設置されている。これら2つの造形物はパークを強く印象づける装飾となっているが、惜しいことに特別な機能はもっていない。

スタッフは、威圧的になりがちなライフガードをソフトに感じられるよう、コスチュームもアロハシャツや麦藁帽子等で明るくさわやかに演出する。

▼流水プールとレストラン『ユーフォリア』の通路は一段下げてある。着衣者と水着者の視線を合わせない工夫。

こうした一連の演出の総仕上げは日没後に行なわれる〝トワイライト・ウォーターファンタジー〟でクライマックスを迎える。

造波プール内に据えつけられた噴射装置から水が勢いよく発射させられ、幅20m、高さ10mの水のスクリーンが出来上がる。そしてパーク内は薄暗く照明がおとされ、これにレーザー光線とプロジェクターで映像を投影して壮大な映像シーンを展開する。この映像はソフトを変更しながら毎晩オールシーズン行なわれるもので、リピーター対策の一環として位置づけられている。

▲農園主のレストランという設定に基づき小道具で演出。

アクセスの改良がカギ デートスポット化が課題

国内では初の本格的なテーマパークスタイルのウォーターパークであるが、現在の問題は交通網の整理。最寄りの駅であるJR鶴見駅からは車で約7分、川崎駅からは15分で、WBYはいずれもバス利用でアクセスを想定している。しかし現在直行便はなく、めんどうであることは否めない。トップシーズンには現行のバス路線に直行便を追加して運行してもらう予定というが、周辺には横浜ベイブリッジ、よこはまコスモワールド、横浜中華街が散在し、横浜のデートスポットの一角に位置するといえる。従っていまの様子からでは、WBYは事実上カップルが自家用車で利用するというケースが殆どと思われる。デートコースの一部化すれば固定客として見込めるが、直行バスでどれだけ拾い集められるかが収容増のカギだ。

WBYのキャパシティは5500人。これはロッカー数と同じ。滞留時間を3～4時間と見ているが、入れ込みが順調にいけばどうやらかなり混雑しそう。これから調整していきたいとしており、この要めはロッカーにあるという。現在男性ロッカーと女性ロッカーの間にグループロッカーを設けており、これを当日の男女比に合わせて振り分ける予定。年間入場者の半分をトップシーズンに集客したい意向で、9ヵ月のレギュラーシーズンはこのスペースを法人を対象としたフィットネス会員用に使う構想も挙がっている。

なお年間入場者数は100万人、売上を40億～50億円とみており、客単価の予想もこれに準じている。

▼本格的な石造りの『ワールプール』。

▲日焼けの『タンニングコーナー』。

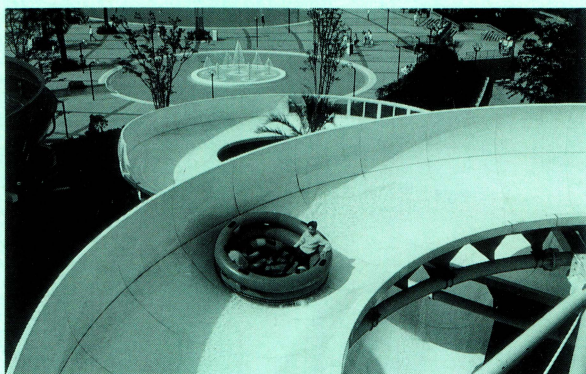
▲『スチームキャビン』と採暖室『ホットアップキャビン』。

オフは水上公園になった よみうりランド『WAI』

■ジャイアントスカイリバーも着衣の利用で好評営業中

　昨年大幅なリニューアルで誕生したよみうりランドプール『WAI』（所在地東京都稲城市、経営よみうりランド）は、現在〝春の水上公園〟と銘打って全面開放されている。このような形でオフのプールが使用されているのは珍しく、新しい試みとして注目される。

　WAIはフィジー感覚をテーマにヤングアダルトの利用を意識しており、これまでの遊園地プールとは一線を画す内容となっている。つまり大人の感覚に耐えるこの修景を活かし、遊園地へ入場した人はすべてが無料で入れるように遊園地とプールが接するゲートを開放した。プールシーズン中はこのゲートは閉鎖されており、行き来できるのはオフ期間だけとなる。しかし『でっかいプール』時代はくつろげるスペースとしての用途には使っていなかった。水上公園としての利用は、WAIとなってから始められたものである。

　実施するのは春と秋の年2回。春は3月20日から6月28日まで、秋は9月15日から11月の下旬までとなっている。プールサイドで修景を楽しむ以外に、日本空艇㈱製の『ワンツーボート』を置いて水上歩行も楽しめる。利用料金は20分500円。10台用意されて2名の係員により運営されている。同製品はほとんど営利を目的とせず、むしろ利用している状況を周囲の人に見てもらう、修景の一部としての効果を期待されている。このため、当初は流れるプールで営業を行なっていたが、同プールが一段低い場所に位置しているため中央から見えにくく、現在のスイミングプールに移動された。

　「流れるプールには噴水もあるし、絵作り、雰囲気作りを考えて今の場所になりました」（ランド事業本部スポーツ事業部次長兼支配人布袋成彦氏）。

　またこの期間の目玉として、ジャイアントスカイリバーの着衣による営業を行なっている。

　現在このジャイアントスカイリバーが大人気。これまでは水着を着てしか滑れなかったウォータースライダーが、服を着たまま利用できる施設とあって今も行列ができる。珍しさが理由のようだ。3月20日から5月10日までは連日営業していたが、現在は毎週日曜日のみ。プール開きとなる7月1日まではこのペースで営業が行なわれる。利用料金の500円はプールシーズン時と変わりない料金。但し、シーズン時と同様のプリペイドカードは用いない。

　布袋氏は「これまでのスリルライドは家族や友達仲間と対面するものがなかった。同じスリルを同時に顔を見合せながら体験できる所が好評のようです」と語る。懸念していた水濡れは殆どなく、せいぜいしぶきがかかる程度。当初、構想の段階では水量を減らしてスピードを落とすという案もあった

▲『ジャイアントスカイリバー』滑走の様子。

▼春の水上公園となっているよみうりランド『WAI』。

が、水しぶきの量はそれには及ばないということでそのままにした。

利用率は現在30～35％。8時間稼働して1日3600人を処理する。遊園地から見るとWAIは最奥に位置するため閉園ギリギリまで行列をつくって利用されている状況だ。

これら施設以外に、造波プールはさざ波を起こして音や波で雰囲気づくりをする。たまにズボンの裾をまくって水遊びをするカップルもいるが特に制止はしていない。自由にのびのび楽しんでくれればいいと布袋氏は言う。造波プールはステージも付帯しているため、水を抜いて園遊会等の場所として対応できる。また、ヨットの展示会なども構想の中にあるようだ。当初はオフシーズン時にダイビングプールを使ってスキューバ教室を開催する予定だったが、とりやめている。

水上公園の期間中は、殺藻剤をまいて水が透明さを失わないように気を配っている。このような方法で公園として利用させるのは今までほとんどなかったが、ウォーターパークとして今後当然の機能と見られるようになるのではないか。

AQUA LEISURE Information

多摩テックのプール オフは水上オートバイで営業

●テックプロダクション製アクアカート

プールのオフシーズン営業にはアイススケートやバンパーボート等があるが、多摩テック（株）鈴鹿サーキットランド経営、所在地東京都日野市）では水上オートバイを浮かべて営業しており、独自のオフ対策として注目されている。

同園のプール『ロックガーデンプール』はオフシーズン時にはアイススケート場になるが、営業は冬季のみ。スケートが終わる3月中旬から7月中旬のプール開きまでの3ヵ月と9月中旬から10月までの1ヵ月をこの水上バイク『アクアカート』の営業に当てている。利用料金は500円。係員1名がついてオペレーションを行なっている。

アクアカートは、鈴鹿サーキットランドの開発事業部であるテックプロダクションが独自に開発した1人乗りの水上バイク。50CCのエンジンを搭載した浮き輪つきのバイクに跨がり、右ハンドルに付いたスロットルを親指で捻るだけでバイクは前進する。左足を延ばした場所にはペダル式のブレーキがあり、この操作を組合わせて操作する。スピードは最高5Km。船外機がフロント部についておりハンドルを切ることで船外機の向きを変えて操作する仕組みだ。

アクアカートの営業には、指定水域の指定を取得することが必要で、さらに四級船舶の免許所持者が事業所にいなければ営業することができない。このためにスピードが制限されている。

利用者は乗り込む前にライフジャケットを装着し、簡単な操作の説明を係員から受ける。使用するプールは面積700㎡、水深120cmで深くなく、小学生3年生以上からの利用となっている。今のところ運転を誤ってプールに転落するような人はいないようだ。プレイ時間は3分間。最高一度に6台が運転でき、1時間のキャパシティは約90人から120人である。

アクアカートの営業を開始したのは平成元年。バイク自体は1台約110万円で、総事業費は2000万円を投じた。現在日曜日は200人余りが利用している。

開発したテックプロダクションには他園から引き合いがあるというが、一つには開発費を含めた料金が高く、導入してもペイしないという理由があり、同社でもオリジナリティを保つためにも積極的には外販していかないという。

アクアカートは多摩テック以外にも、鈴鹿サーキットランド（所在地三重県鈴鹿市）の旧プール（アクアフォレスト鈴鹿ができる以前プールだった場所）でも営業が行なわれている。

▼『アクアカート』営業の様子。

JAPEA、山田三郎会長 再選
新副会長に若園一夫氏、新理事に八木順一氏就任

第12回JAPEA総会開催
●日時：6月4日●場所：ホテル九重（浜松市舘山寺）

▲議長を務める山田三郎会長。

全日本遊園施設協会（山田三郎会長、事務局東京、略称JAPEA）では、6月4日午後3時より、静岡県浜松市のホテル九重・コンベンションホールにおいて、第12回総会を開催した。

本総会で役員改選が行なわれた結果、山田会長はじめ全役員を再選、本年度も引き続いて現行役員体制で行くと共に平成3年度事業報告及び収支決算報告、平成4年度事業計画案及び収支予算案等を全て原案通り可決した。特に今年度はJAPEAでは社団法人化に向けて具体的に行動を起すこととなり、本件については総会の席上で山田会長が表明しており、今後は現行役員体制のもとに強力に推進されて行くことになった。なお、副会長の平賀文夫氏（㈱三精輸送機）の退任に伴い、新副会長に若園一夫氏（㈱サノヤス・ヒシノ明昌）が就任した他、三精輸送機㈱から八木順一氏が新理事に就任した。

定刻を少し回った頃、本総会は尾崎常務理事の司会により山田会長の挨拶で始まった。

山田会長は、出席者にこれまでの協会活動に対する協力に謝意を

表した後、「協会活動も会員相互の親睦をはじめ他団体との親睦や連携を図るなど順調に推移して来ている。今後も引き続て活発に展開していくので協力願いたい」と語り、本総会が有意義な討議の場にすべく出席者に協力を仰いで挨拶を結んだ。

続いて新入会員の紹介が行なわれ、川村鉄工㈱（正会員）、日之丸機工㈱（正会員）、㈱アミューズ（賛助会員）の3社の代表者等が一同に紹介された。

続いて議長選出が行なわれ、推せんにより山田会長が議長となり開会を宣言して以下の議題の審議に入った。

▲ＪＡＰＥＡ第12回総会風景。

なお、議題の審議に入る前に定足数について事務局より正会員56社中出席55社（委任状出席19社）で本会が有効に成立している旨が報告された。また、議事録署名人には山田議長及び議長の指名により山田數夫副会長、若園一夫副会長の2名が選出された。

第1号議案
平成3年度事業報告承認の件

標記の件について事務局より、総会、理事会、各種委員会活動をはじめ、講習会、各種イベント、関係団体、各種協議会関係等詳細な報告がなされた。報告は多岐にわたり、如何にこの1年間精力的にＪＡＰＥＡの協会活動が推進されたかが窺い知れる内容であった。なお、3月31日現在の会員数は正会員56社賛助会員4社計60社。

以上の報告に基づき審議の結果、全会一致で原案通り承認となった。

第2号議案
平成3年度収支決算承認の件

標記の件についても事務局より貸借対照表、収支計算書、財産目録、剰余金処分案の順に説明がなされた。特に予算と大きく差異が出ている項目については、補足説明がなされた後、監事を代表して渋川監事から監査報告がなされた結果、これも全会一致で原案通り承認となった。

第3号議案
役員改選の件

まず、事務局より、1月24日に全会員あてに実施した役員改選についてのアンケートの調査の結果が報告された。それによると現行役員体制で行くとの回答が8割に達したというもの。以上の報告に基づき、山田議長から今期も理事会の総意として現行のままで行くとの結論が、本総会に上程された結果、全会一致で承認となった。

理事が決定したことから、10分間の休憩に入り、その間、別室で臨時理事会を催して正副会長の選出が行なわれた。

再開後、山田議長よりその結果が報告された。正副会長は新副会長に若園理事が選任された他は現行通り、また、理事、監事も三精輸送機㈱の理事代表者が前記の通り変更となった他は、現行のままとの事で別掲の通り全役員が決定した。

第4号議案
平成4年度事業計画承認の件

標記の件について、事務局より説明がなされた。それによるとほぼ内容的には前年度を踏襲したものとなっているが、今年度は特にＪＡＰＥＡが法人化に向けて積極的に推進して行く旨の項目が加わった。これに関して、山田議長より、「法人化に向けて積極的に取り組んで行くので是非協力願いたい」との発言がなされた。具体的には今後理事会等で詰めて行くことになる。以上の説明により審議の結果、これも原案通り全会一致で承認となった。

第5号議案
平成4年度収支予算承認の件

事務局より標記の件について、各項目毎に詳細に説明がなされた。それによると、ほぼ前年の決算額に物価等の上昇を勘案して予算が計上されているが、今年度は特に法人化準備のための活動費と基金が計上されたものとなっている。

これについて、特に山田議長から補足説明がなされ、社団法人化のために財政面の健全化を維持し

て行く。また法人化については、早急に行政当局との折衝に入る旨の表明がなされた。

以上の説明に基づき審議の結果、これも全会一致で原案通り承認となった。

以上で審議事項は滞りなく終了となり、ついで事務局からの報告事項に移った。

事務局からの報告は、4月29日に藍綬褒章を受章した山田会長の件（本誌6月号参照）について、その経緯が説明された。なお、8月末日にその祝賀会を東京で開催する旨も併せて報告された。なお、これに関して、山田会長より、受章の報告を兼ねた挨拶が行なわれ、会場には祝福の拍手が起った。

総会終了後は別室の梅園の間において、恒例の懇親会が午後6時30分より催された。

懇親会は別に形式ばらず、会員同士和気あいあいの中で遅くまで歓談が続き、会員同士のコミュニケーションが大いに図られた模様。

なお、途中恒例の会員同士が持ち寄った品物のオークションが行なわれ、会を盛り上げていた。

翌日の5日は、ゴルフ組と視察組の2つに分れて、夫々ゴルフコンペと浜名湖ゆうえんちパルパル視察等が行なわれた。

▲初参加のメンバーの自己紹介風景。

▲懇親会会場風景。

（JAPEA役員一覧）

※氏名は五十音順、敬称略。
(新)は新任、それ以外は再任。

会　長　山田　三郎（泉陽興業㈱代表取締役社長）
副会長　山田　數夫（㈱トーゴ代表取締役社長）
同　若園　一夫（㈱サノヤス・ヒシノ明昌専務取締役）＝(新)
常務理事　尾崎　悦郎（JAPEA事務局）
理　事　永楽　藤八（豊永産業㈱代表取締役）
同　遠藤　栄（日本娯楽機㈱代表取締役）
同　加藤　克彦（加藤工業㈱代表取締役）
同　鬼頭雅美知（三和鉄工㈱代表取締役）
同　小宮　正実（㈱小宮スポーツセンター代表取締役）
同　土井　照子（㈱タップス代表取締役）
同　友永陽一郎（㈱アトマス代表取締役社長）
同　眞砂　光生（眞砂工業㈱専務取締役）
同　森　政行（昭和鉄工㈱代表取締役）
同　八木　順一（三精輸送機㈱常務取締役）＝(新)
監　事　佐藤　稔（久竹娯楽㈱専務取締役）
同　渋川　隆昭（㈱渋川商店代表取締役専務）

㈳AOU、梅原靖三会長再選

副会長は駒井徳造氏㊢、真鍋正氏㊢、佐久間正則氏㊢3人体制

――第3回AOU通常総会開催――

●日時：6月11日 ●場所：ルビーホール（東京・八重洲口）

▲挨拶するＡＯＵ梅原会長。

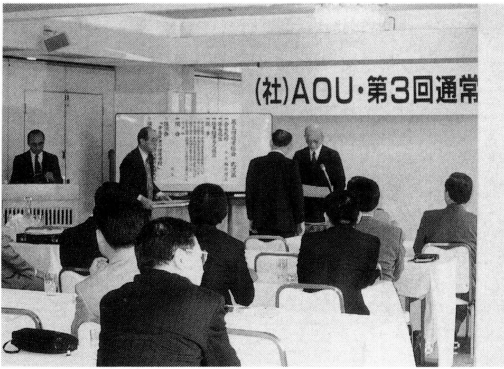
㈳全日本アミューズメント施設営業者協会連合会（梅原靖三会長、事務局東京、略称ＡＯＵ）では、6月11日、東京・八重洲口の「ルビーホール」において、第3回通常総会を開催した。

本総会では役員改選が行なわれ、梅原会長を再選すると共に、別掲の通り全役員を決定した。今回役員改選では、従来の定数22名を3名増員して25名にした他、加藤副会長が退任して副会長が3人体制となった。また、荒井房義事務局長は既報通り、専務理事に昇任した。なお、森武美常務理事は本総会をもって正式に退任となった。

定刻午後2時を少し回った頃、森常務の司会で梅原会長の挨拶で本総会は始まった。

梅原会長は、最近の地球環境保護問題に触れた後、「私達の業界も8年前に社会的な環境を破壊したとのご批判を頂き反省もし、しかも新風営法の成立等がありまして、その環境整備に努めて来ました。最近では業界の地位も向上、その努力が報われて来たと思います」と語り、更に「業界環境を考えますに、いったん破壊しますと自然環境と同じで、その回復には

莫大な年月と労力が必要です。どうかより良い環境づくりにご支援を頂きたい」と業界環境づくりの大切さを強調。協会活動に触れ、「更にステータス向上、業界健全化のために強力に推進して行くので協力をお願いしたい」と強く訴えた。また、新風営法についても「現状に即応していない面もあり、見直してもらう時機に来ているのではないか」と語った。

ついで議長の選出に移った。議長には推せんにより満場一致で梅原会長が選出された。議事録署名人には議長の指名により、入江会員代表（栃木）、吉田会員代表（京都）の2氏を選出。また、定足数については事務局より、42会員団体中、39団体（うち委任状出席13団体）が出席とのことで、本会が有効に成立した旨が報告され、次の議題の審議に入った。

▲模範優良従業員表彰式風景。

第1号議案 平成3年度事業報告について

事務局より、全国大会の実施、自主規制の制定、各種研修会の実施、AMエキスポの開催などをはじめ、各種委員会活動等について日時を追って詳細に報告された。それによると事業活動も多岐にわたり活発に推進されたものとなっている。以上の説明により審議の結果、満場一致で承認となった。

第2号議案 平成3年度決算報告について

事務局より、収支決算書、貸借対照表、財産目録、剰余金処分案の順に説明された後、吉村監事より監査報告があり、これも満場一致で承認となった。

第3号議案 平成4年度事業計画案について

標記の件についても事務局より、各事業項目毎に詳細に説明がなされた。それによると、ほぼ前年を踏襲した内容となっており、今年度も引き続いて活発に推進するものである。本件についても特に質問はなく満場一致で承認となった。

第4号議案 平成4年度収支予算案について

事務局より、各項目毎に対前年と比較しながら説明がなされた。

それによると、今年度収支予算は前年に比べて、大幅に事業活動費が増額された。その他は前年の決算額に物価等の上昇率を勘案して計上されている。以上の説明で審議の結果、これも満場一致で承認となった。

第5号議案 任期満了による役員改選について

あらかじめ理事・監事選出基準に基づき選出された25名の役員候補について、梅原議長よりその経過が説明され、リストが提示された。慎重審議の結果、満場一致で原案通り承認となった。

これにより、約10分間の休憩をはさんで正副会長の選出のため、別室で臨時理事会を開催。その結果、梅原会長を再選すると共に別掲の通り全役員が決定した。

また、協会顧問には内田博氏（日本SC遊園協会会長＝(再)）、宇島準一氏（日本娯楽機械オペレーター協同組合理事長＝(再)）、中西昭雄氏（AOU初代会長・㈱タイトー相談役＝(新)）の3氏が就任した。

なお、本席上で、本総会をもって退任する森常務から挨拶が行なわれ、万雷の拍手で同氏のこれまでの労をねぎらった。また、専務理事に就任した荒井氏から就任挨拶が行なわれた。後任の事務局長には桐谷克巳氏が就任、議長より一同に紹介された。

以上で総会の審議事項は滞りなく終了、引き続き「中高年者の健康管理と運動」と題した講演会が催された。講師は東京学芸大学教授の波多野義郎先生。ユーモアを交えながらの分かり易い講演内容

▲講演する波多野義郎
東京学芸大学教授。

(社)AOU・第3回通常総会

▲梅原会長、佐久間研修委員長を囲んで受賞者の記念撮影風景。

に出席者一同熱心に聴講していた。

講演が終わると、今回初めて実施される「模範優良従業員表彰式」が行なわれた。表彰対象者は、各団体より選出された、勤続30年以上7名、20年以上50名、10年以上241名の多くに及んだ。なお、本席上、表彰を受けた受賞者は勤続30年以上、20年以上対象者。10年以上と本会に出席できなかった受賞者には地区協議会で改めて表彰することになっている。

午後4時30分より別室にて懇親会が催された。同席には警察庁保安部生活保安課の坂東自朗課長等も来賓として出席した。

▲懇親会会場風景。

▲来賓挨拶をする警察庁生活保安課長坂東自朗氏。

〈AOU役員一覧〉

※敬称略。(新)は新任役員、それ以外は再任。

役職	氏名	所属
会長	梅原 靖三	（大阪府アミューズメントマシン・オペレーター協会会長）
副会長	駒井 徳造	（東京都アミューズメントマシン・オペレーター協会会長）
同	真鍋 正	（東京都アミューズメントマシン・オペレーター協会副会長）
同	佐久間正則	（宮城県アミューズメントマシン・オペレーター協会会長）
専務理事	荒井 房義	（AOU事務局）＝(新)
理事	田中 亀雄	（北海道アミューズメント・オペレーター協会会長）
同	坂 武	（秋田県アミューズメントマシン・オペレーター協議会副会長）＝(新)
同	梶 格康	（茨城県アミューズメントオペレーター協会理事）＝(新)
同	入江 昭造	（栃木県健全娯楽業協会会長）
同	飯島 清勝	（千葉県健全娯楽業協会会長）＝(新)
同	大植 正道	（東京都アミューズメントマシン・オペレーター協会副会長）
同	真鍋 勝紀	（東京都アミューズメントマシン・オペレーター協会副会長）＝(新)
同	早見 一義	（静岡県アミューズメント協会理事）＝(新)
同	位田 宗一	（愛知県アミューズメント施設営業者協会副会長）＝(新)
同	福田 豊	（愛知県アミューズメント施設営業者協会副会長）＝(新)
同	鈴木 光紀	（三重県アミューズメントオペレーター協会副会長）
同	吉田 勲	（京都府健全娯楽協会会長）＝(新)
同	上田 芳弘	（大阪府アミューズメントマシン・オペレーター協会副会長）＝(新)
同	松田 次雄	（岡山県アミューズメントマシン・オペレーター協会会長）
同	平本 将人	（広島県アミューズメントオペレーター協会会長）
同	高仲 四郎	（香川県アミューズメントマシン・オペレーター協会会長）＝(新)
同	石橋 信昭	（大分県健全娯楽業協会会長）＝(新)
同	政 須美夫	（鹿児島県健全娯楽業協会会長）
監事	佐藤 信	（埼玉娯楽事業者協同組合理事長）＝(新)
同	河合 久雄	（兵庫県アミューズメントマシン・オペレーター協会会長）＝(新)

月刊「アミューズメント産業」年間購読申込み書

（年間購読料9,800円〈消費税込み〉、送料込み、送金手数料は除く）

●月刊「アミューズメント産業」の年間購読を申し込みます。

項目	記入欄
御社名	
御代表者名	御担当者名　㊞
御住所	（本社住所）　TEL （雑誌郵送先）　TEL
御購読期日	平成　年　月～平成　年　月まで（12回）
お支払い方法（○をつけて下さい。）	①年間購読料を富士銀行青山支店　当座No.1－1528に振込む。 ②年間購読料を書留で送る。

●お問合せは、東京都渋谷区円山町19番12号山本ビル3F、TEL03(5489)4581㈹
㈱アミューズメント産業出版までご連絡ください。

（キリトリ線）

AM業界は、地域社会の日常生活の延長線で「手軽さ」「身近かさ」「質の高さ」が求められる

●「レジャー白書'92」の特別レポートより……山縣宗夫

時短化が進む中官公庁も完全週休2日制

「レジャー白書'92」が、ゴールデンウィーク（GW）中に発刊となったが、特筆すべきは、バブル崩壊による景気後退の中で「安」「近」「楽」型レジャーが活発であったという点である。

「安」は（費用のあまりかからない〈低廉な〉）、「近」は（近場で〈身近かな〉）、「楽」は（楽しみ本位の〈気軽な〉）という意味。前号でも触れたが、改めて不況下においてAM施設の手軽で身近かなレジャーの強さが立証された思いがした。

本号の特報で同白書の中のゲームセンター・ゲームコーナーや遊園地・レジャーランド等の動向について報告しているので参照願いたい。ここでは同白書の後半部分の特別レポートを中心に話しを進めてみたい。

現在、我が国では〝ゆとり大国〟〝生活大国〟と言われる中、急速に労働時間短縮化（時短化）や休日、休暇の拡大が進行している。

今年の5月2日からは、国家公務員の完全週休2日制実施に伴い、完全土曜閉庁がスタート。博物館や美術館などを除く国の機関のほとんどが全面的に休業となった。

また、9月からは国・公立の小・中・高校では毎月第2土曜を休みにするなど、完全週休2日制の足掛りとしてスタートする。

一方、時短化の方も欧米並とは行かないまでも、着実に進行している。労働省の調べによると、製造業者1人当りの年間総実労働時間は、昭和63年が2111時間、平成元年が2088時間、平成2年が2052時間であったものが、平成3年は2016時間にまで達している。このまま推移すると、平成4年には1900時間台に到達しそうとのことである。しかし、この時短化も政府が掲げる平成4年度1800時間の当初の目標達成にはほど遠く、まだまだサラリーマンの意識調査などでは、時間に追われる働きバチが健在で余裕のなさを実感しているのが現状である。

このように時短の進行と現実には、大きなギャップがあるが、我が国の余暇時間の増大は確実に進行しており、余暇に対する関心の高まりの中で、仕事よりも余暇を重視する、余暇志向派が年々増えている。

日本において、意外に低い余暇の満足度

レジャー白書の特別レポートは、このような我が国の情況下において、余暇環境を意識（余暇についての考え方）、時間、活動、消費、空間、情報などから見た場合に意外に〝ゆとり大国〟〝生活大国〟にふさわしい条件は否定的であるとの問題意識から、これ等の環境の問題点を分析している。そして、それ等は我が国の余暇をめぐる〝偏り〟や〝歪み〟に起因しているとして、将来は「分散型余暇社会」が必要と提唱している。

まず、日本を含む先進7ヵ国の生活全体と3つの領域即ち仕事、余暇、家庭の意識調査によると、日本の場合どの領域をとっても満足度は低い。なかでも余暇に対す

る満足度は他の先進6ヵ国が全て80％以上の人が満足しているが、日本は僅かに37％である。そしてこの余暇生活に対する満足度の低さは、余暇にかかわる環境の様々な〝偏り〟が集約されていると予測する。

日本人の余暇意識の〝歪み〟として、①時間の使い方が下手②仕事優先から逃れられない③職場以外の人間関係が乏しい④レジャーに金がかかるとの思い込み⑤ブーム化し易く冷め易いレジャー、等をあげている。

また、余暇活動については、活動全般にわたってのレベルの低さ、内容の乏しさが指摘される。例えば43項目の余暇活動の中で、「過去1年間に1回でもやったこと」の比率は、日本は他の国に比べてきわめて低調である。そう言えば、休日は、テレビを見るとか、ごろ寝組みの休息型が意外に多いことから頷ける。

更に余暇消費では、全体の余暇市場規模は71兆9740億円で、このうちスポーツ部門が4兆9360億円、趣味・創作部門が10兆6550億円、観光・行楽部門が12兆1066億円、圧倒的に多いのは娯楽部門（飲食部門も含む）の44兆2770億円と全体の61・5％を占め、日本人の余暇の一つの〝偏り〟を示している。

余暇時間については、貧しい休暇と一極集中型である。最近の調査結果を製造業で比較した場合、日本の休日は週休2日制の不徹底さや年次有給休暇の取得日数の過少から、全体としての労働日数は250日と欧米よりも17日〜30日も多くなっている。また、このような休日の貧しさは、長期休暇の日数が少ないことにもよる。夏季休暇は労働省の調査（平成2年、従業員30人以上の企業対象）によると、5・3日で欧米の3週間以上と比べると雲泥の差であり、しかも8月のお盆時期に集中する。

その他、余暇空間（余暇施設）や余暇情報の〝偏り〟も指摘している。

〝偏り〟を是正した分散型の余暇社会

以上の考察から、日本人の余暇の〝偏り〟は余暇需要の〝偏差〟と〝集中〟につながり、〝混雑〟と〝不快現象〟さらには〝高費用化〟を生み出しているとしている。

そして、このような〝偏り〟を緩和し解消するには、意識や活動の内容よりもその基盤となっている時間と空間の〝偏り〟を是正する点を提唱している。

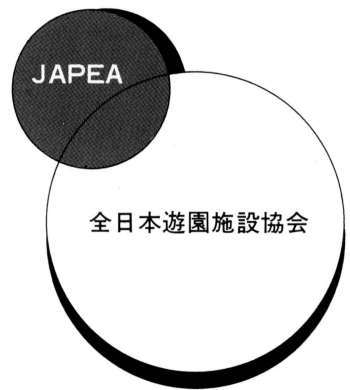
余暇時間から言うと、勤労者の選択の度合いを拡げ、例えばフレックスタイムの導入とか、一斉休暇から自由選択休暇への移行等をあげている。

また、余暇空間については、「職」と「住」の機能が空間的に集中し、偏っていることと密接に結びついているとしている。ビジネス空間は仕事の機能のみから構成され、住機能も余暇機能も排除され、また、住空間では狭い住宅が集中し、住機能のみで余暇機能が不足しているとしている。

最後にまとめとして、これ等の時間、空間の偏りを是正して、新しい組み合わせにより、柔軟化と多様化が加われば、〝偏り〟や〝集中〟がより分散して緩和の方向に向うものとしている。そして交通手段を含めた社会資本やサービス施設の稼動率の上昇をもたらし、「より安い料金で、より良いサービス」の実現につながる点を示唆している。

私としてもGWやお盆の時期の夏休みは何処に行っても人の混雑でうんざり、極力避けることにしている。また、余暇の過ごし方は貧しい限りで反省もしている。

本特別レポートが提唱している分散型余暇社会は、共鳴するところが多い。

AM業界は、手軽で身近かなレジャーを社会に提供していることは立証された。今後は、住、職といった日常生活空間の延長線で、地域社会に根差しながら人々に心のゆとりと満足を育むような質の高いレジャーを提供して行きたいものである。

JAPEA
全日本遊園施設協会

JAPEA第60回理事会開催

(日時)
6月4日午後2時より
(場所) ホテル九重・会議室(静岡県浜松市舘山寺)
(出席)
理事14名(うち委任状出席1名、代理出席1名)、監事2名
(会議内容)
まず、会議に入る前に、鬼頭理事より病気全快の報告を兼ねて、出席者に謝意を表する挨拶が行なわれた。また、前号で報告の通り、今回藍綬褒章を受章した山田会長より、その報告を兼ねた挨拶が行なわれた。

●副会長の選任について
前回理事会で若園理事を副会長に推せんすることとしたが、その後の経過について、山田議長から了承を得たとの報告があり、本理事会では改めて若園副会長選任を確認した。

●理事代表者の変更について
理事会社、三精輸送機㈱より、平賀文夫氏の後任として同社常務取締役八木順一氏に理事代表者を変更する旨の届出については、全会一致で承認となった。

●新入会員について
㈱タイトー、㈱明和工務店2社の入会申込みについては、全会一致で承認となった。

〈入会〉正会員
・㈱タイトー
代表者　代表取締役社長長谷川桂祐
所在地　東京都千代田区平河町2—5—3
電話　03・3222・4888
業種　アミューズメント機器の開発・製造・販売・レンタル及び施設の企画・運営。カラオケ機器の販売・レンタル。家庭用TVゲームソフトの開発・製造・販売
推せん会社　㈱トーゴ、日本娯楽機㈱

・㈱明和工務店
代表者　取締役社長西村量夫
所在地　神戸市中央区下山手通5—6—6
電話　078・351・0921
業種　土木工事業・建築工事業・電気工事業・管工事業・機械器具設置工事業・水道施設工事業
推せん会社　㈱タップス、㈱エキスポランド

▲JAPEA第60回理事会。

●総会関連事項について
前回理事会で保留となっていた平成4年度収支予算について、収入の会費口数が確定したので、改めて上程された。事務局より、大きく変更となった項目について説明がなされ審議の結果、原案通り全会一致で承認となった。

●入会規程及び会費基準改訂の回答結果について
事務局より、標記の件について全会員より了解を得た旨の報告がなされ、了承となった。

●協会主催による会長の藍綬褒章受章祝賀会について
本件については、特に山田數夫副会長より会議の冒頭、祝賀会開催に向けて準備を開始したい旨の提案がなされた。
本理事会では、開催に向けての準備委員会を発足させ、前例に基づき次の要領で実施して行くことになった。
①場所は東京②日時は第30回AMショー初日、8月27日を第1候補に予定、調整して行く③会費制で行なう④準備委員会のメンバーは、両副会長に東京在住の理事4名で構成。

優勝は三和鉄工㈱の鬼頭雅美知の頭上に輝く!

●JAPEA第19回ゴルフコンペ

JAPEAでは第19回ゴルフコンペを6月5日、静岡県磐田市の浜松シーサイドゴルフクラブにおいて開催した。参加者は32名。

同クラブは遠州灘に面した旧砂防林地帯の一部を利用したシーサイドコース。大小18ヵ所の池が巧みに配され、攻略の難易度を高めている。全体にフラットだが、グリーン回りはアンジュレーションが厳しく難かしい。

当日は時折り雨に見舞われるあいにくの天候だったが、総勢32名、午前9時42分のスタートに熱戦の火蓋を切った。

その結果、優勝は鬼頭雅美知氏（三和鉄工㈱）。以下準優勝は金子輝男氏（協会会計士）、第3位は川楠俊太郎氏（㈱ユウビス）の順位であった。

その他の主な結果は次の通り。

ドラコン賞＝西山宏氏（㈱ジェイ・ケイ・エフ＝初参加）、川楠俊太郎氏、山田光俊氏（綜合ユニコム㈱）、加藤克彦氏（加藤工業㈱）。ニアピン賞＝川楠俊太郎氏、森政行氏（昭和鉄工㈱）、渋川隆昭氏（㈱渋川商店）、永井明氏（㈱セガ・エンタープライゼス）、加藤克彦氏、鬼頭雅美知氏、眞砂光生氏（眞砂工業㈱）、古家尊史氏（佐伯工業㈱＝初参加）。

▲ＪＡＰＥＡゴルフコンペに参加したメンバー一同。

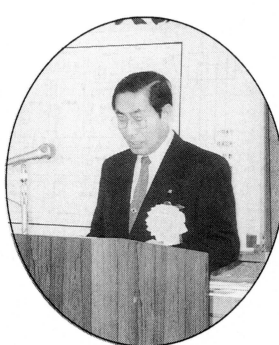
▲左から山田三郎会長、第３位の川楠俊太郎氏、優勝の鬼頭雅美知氏、準優勝の金子輝男氏、ＪＡＰＥＡゴルフ会の田中正明会長。

JAMMA

社団法人
日本アミューズメントマシン工業協会

第30回ＡＭショー（８月27日〜29日、幕張メッセ）、出展規模は52社、１１９０小間

●出展説明会及び小間割会開催

第30回アミューズメント・マシンショーは、今年度は従来の東京流通センターから会場を移し、千葉市の日本コンベンションセンター（通称・幕張メッセ）で開催される。会場のスペースは、同センターの第4号、5号、6号館の3スパーン（約2万㎡）を使用して行なう。27日・28日は業界関係者を主体としたビジネスショー（招待券持参の来場者のみ）、最終日の29日は一般に開放したパブリックショー。

6月18日、午前中の電取法セミナー（次号で詳細は報告）に続いて、午後1時30分より、第30回ＡＭショー出展説明会及び小間割会を催した。既に6月4日に締切られた出展申込みは、52社より１１９０小間（一般アーケードゾーン＝35社１０４８小間、ファミリーゾーン〈従来の乗物ゾーン〉＝12社１３３小間、出版ゾーン＝5社９小間）と過去最高の規模となっ

▲出展説明及び小間割抽せん会会場風景。

▲挨拶する長谷川副会長。

た。

定刻になり、日南専務理事（ショー実行委員長）の司会により、長谷川桂祐副会長（中山隼雄ショー委員長の代理として）の挨拶で本会は始まった。

長谷川副会長は、「今年度は幕張メッセに会場を移して、2万㎡の規模で実施するが、かくも多数の出展申込みを頂き感謝する」と出展社各位に謝意を表し、「今回はコンシューマー機器も出展可能となり、AM機器の全てを網羅した、まさしく〝娯楽機器の殿堂〟ともいうべきショーとなった」と語った。そして本ショーが成功裡に終了するためにも、「本小間割会が円滑に行くように協力願いたい」と結んだ。

説明会は、日南専務と会場施工業者の㈱ティー・シー・ワークスの小川豪夫氏の両氏によって、あらかじめ出展者に配布した出展の手引きに基づき、開催要領及び会場計画、出展・運営に関する規定、装飾・電気工事要領、各種申込み等、細部にわたっての説明と注意事項が述べられた。ほぼ前年を踏襲した内容だが、今年度はコンシューマー機器も出展可能となっている。

説明が終了すると、小間割会に移った。あらかじめ、ショー実行委員会で何回もの会合を重ねて検討された、小間位置を示した会場図に基づき、出展申込み小間数の多い順に小間取りが行なわれた。

申込みが同数の場合は抽せんでまた話し合いで順次決定して行った。

例年と同様な方法がとられたため、さしたる問題はなかったが、1社の出展小間については、展示物の関係でレイアウトを変更することになった。

今年度の従来との大きな違いは、一般解放日があることである。そのため会場運営を円滑に行なうように規制等も配慮するなど、万全の体制で望むことになった。また、従来、ショー懇親パーティーは初日に開催されていたが、今年度はショー2日目の8月28日、場所は幕張プリンスで行なうことになっている。また、一般にも開放することから、マス媒体等を使用したPR等も積極的に行なうことになった。

以上、出展説明会及び小間割会は滞りなく終了し、午後4時頃に散会となった。

▲小間割の抽せんをする出展社。

通産省、韓国コピー問題で、JAMMAにヒヤリング

5月19日、通産省産政局第2会議室において、通産省担当官が韓国コピー問題について、JAMMAにヒヤリングを行なった。

当日のヒヤリングは、通産省側からは知的財産政策室の島上聖司担当官、JAMMA側から日南専務理事、コナミ㈱法務室田原克宣部長等が出席して行なわれた。

今回は、通産省側が日・韓政府間事務レベル協議の開催にあたり、最近の韓国コピー問題事情に関して、JAMMA側に説明を求めたもの。

JAMMA側では、韓国のコピー実情について、現在、韓国から南米、ヨーロッパ、東南アジアを中心に、全世界に向けてコピー品が大量に輸出されている実態を詳細に説明した。更に要望として、①韓国検察庁の取締り強化の促進や②韓国と米国・EC機構との間で取り交わした1987年の著作権保護法の発効時期溯及等の内容と同様の措置を講じてもらいたい、などを陳情した。なお、JAMMA側から資料として、コピーメーカーの価格表や海外コピー品に関する雑誌広告などを提示した他、これまで韓国のコピー問題を取り上げた新聞記事などを提出した。

以上、ヒヤリングはかなり突込んだ点にまで話しが及び、通産当局側では韓国コピー問題に強い関心を示した。

優勝は㈱ジャレコの金沢義秋氏の頭上に輝く！

●第43回JAMMAゴルフコンペ

JAMMAでは第43回ゴルフコンペを5月14日、千葉県成田市のザプリビレッジゴルフクラブにお

いて開催した。参加者は26名。

同クラブは今年4月にオープンしたばかりの新設コース。成田の丘陵地帯に自然の起伏を生かして造成されている。また、コースに巧みに配置された池、バンカーはメンタルな面に影響し、当日は風が強くリズムを狂わせた出場者が多かった。

当日は曇り空で、時折強い風が吹くなどの天候の中、参加者一同朝8時30分スタートで熱戦の火蓋を切った。

その結果、優勝は金沢義秋氏（㈱ジャレコ）。以下、準優勝は池実氏（バーリーサービス㈱）、第3位は平元六合男氏（㈱日本コンラックス）。主な成績は次の通り。

ドラコン賞＝塚本勲氏（㈱加賀電子）、原野直也氏（㈱アトラス）。

ニアピン賞＝辻本憲三氏（㈱カプコン）、熊谷俊範氏（㈱エイブルコーポレーション）。

▲優勝の金沢義秋氏（㈱ジャレコ＝向って右）に優勝カップを手渡す中山隼雄会長（向って左）。

AOU

(社)全日本アミューズメント施設営業者協会連合会

▲ＪＡＭＭＡゴルフコンペに参加したメンバー一同。

群馬県健全娯楽協会、会長に長井日本機氏（㈲スターリース）が就任

●第9期通常総会開催

群馬県健全娯楽協会（事務局群馬県前橋市）では、6月9日午後3時より、伊香保の「ホテル天坊」において、第9期通常総会を開催。

当日は来賓にＡＯＵ専務理事荒井房義氏、群馬県警察本部防犯部防犯課営業係長菅谷利夫氏、群馬健全娯楽協会顧問土田武氏の3氏を迎え、協会員18名が出席した。

同総会は、まず新しく会長に選出された長井日本機氏が会長就任の挨拶を行ない、続いて行なわれた来賓3氏の挨拶では、まず荒井ＡＯＵ専務理事が、「全国的にみて組織・加入率はまだまだの状態、業界の方一人でも多くの人に加入してもらい、業界健全化のにない手として共に努力していきたい」と挨拶。次いで、県警の菅谷係長が「法的規制を十分に守って営業を行なうことが大切。また、防犯上の問題にも注意を怠ってはならない」と発言。最後に土田氏は「様々な形で地域活動を行なう中で、色々な人に業界の内容を理解して頂くよう努力することが必要」と語った。

以上の挨拶の後、改選された新役員の紹介が行なわれ、続いて議題の審議に入った。

平成3年度の事業報告、同決算、監査報告に関しては、検討、審議された結果、いずれも全会一致でこれを承認。平成4年度事業計画案については、一昨年まで3度の実績をもちながら、昨年は行なわなかった前橋市の七夕のイベントへの機械の出展に関して、今年は行なうかどうか活発に意見を交換。この点については、多数決の結果、

▲選出された新役員
中央前列が、新会長長井日本機氏（㈲スターリース）、後列は左から、山田孝夫氏（ヤマダビデオ）、清水正夫氏（㈱フジユーエン）、古山辰昭氏（栄光娯楽商事）、共に新副会長に選任された（山田氏は再選）。

賛成多数で本年度の機械の出展が承認され、運営方法その他細かい点については、後の理事会で検討されることが確認された。予算案については、原案通り全会一致で承認されている。

続いて最後に、各メーカーによる新製品の紹介、㈱シグマ、㈱セガ・エンタープライゼス、㈱タイトー、㈱ナムコ、㈱ユウビス、三和電子㈱の順で行なわれた後、なごやかな雰囲気の中、会は閉会。

閉会後、午後6時30分より、同ホテルにおいて懇親会が催された。

尚、新役員は以下の通り。

〈新役員一覧〉（敬称略）

会長・長井日本機（㈲スターリース）
副会長・古山辰昭（栄光娯楽商事）
清水正夫（㈱フジユーエン）
山田孝夫（ヤマダビデオ）
事務局長・井戸正広（井戸リース）
会計・高橋誠二（㈱ナムコ）
理事・松本優（㈲宝鈴レジャー）
鈴木孝（富士リース）
後藤太一（KANTO SPORTS センター㈲）
石井光一（㈱タイトー）
古賀俊行（㈱セガ・エンタープライゼス）
監事・二ノ宮範夫（㈱アトムレジャー企画）
里見治臣（北関東サトミ）

尚、今回、前会長会社であった㈱メキシコ、および、同副会長会社安井商事、同監事会社サニー商事の3社が、退会している。

▲群馬県健全娯楽協会第9期通常総会。

オペレーター団体活動状況

	団体名称および会合名	会議内容・その他主な動き	備　　考	関連記事
㈳全日本アミューズメント施設営業者協会連合会（AOU）	—	●6月11日、東京・八重洲口の「ルビーホール」において、第3回通常総会を開催。この模様は本号AOU総会ニュースを参照。 ●6月5日、仙台市の「食通」において、第8回研修委員会を開催。模範優良従業員表彰に関する手配状況の確認等を行なった。 ●AOU事務局では、このたび、かねてより制作中の「健全営業啓蒙ポスター」（健全営業推進委員会企画・作成）が出来あがり、全会員等に配布した。同ポスターは、4色刷り、A全サイズ。「守る時間と帰る勇気とまた来る元気」のキャッチフレーズで、16歳未満と18歳未満の時間制限を記載した内容。なお、次号で同ポスターについては写真を掲載して紹介する。	—	195〜197ページ

	団体名称および会合名	会議内容・その他主な動き	備　　考	関連記事
北海道	北海道アミューズメント・オペレーター協会	●6月23日、ホテルウエシマにおいてAOU全国大会の打ち合せ会を開催した。出席14名。この中には、AOUの森武美常務（当時）、桐谷克巳局長、タイトーエージェンシーの町田氏の3名も参加していた。	—	—
青森県	青森県アミューズメントオペレーター協会	●特に会合等は開催していない。	—	—
岩手県	岩手県アミューズメントマシンオペレーター協会	●6月5日、喫茶パピヨンに於いて、5社が出席し、理事会を開催。平成4年の第1回総会と親睦会を6月12日、ホテル紫苑にて開催する事を全会一致で決定した。 ●6月12日、午後5時より、ホテル紫苑に於いて、総会を開催した。出席9社、欠席1社。主な擬似内容は、①役員の改選、②今年度の予算案、③今年度の事業計画など。①については、右記の諸氏が選任され、事務所も変更となっている。	〈新役員〉（敬称略） 会　長　三上誠二（㈱レジャーエース） 副会長　佐藤義雄（㈱フェニックス） 会　計　三上誠二（㈱レジャーエース） 監　査　北村憲優 （㈱セガ・エンタープライゼス）	—
宮城県	宮城県アミューズメントマシンオペレーター協会	●6月23日、午後2時から5時まで、仙台国際ホテルにおいて、第8回通常総会を開催する予定。主な擬似内容は、①平成3年度会計報告について、②平成3年度事業報告について、③平成4年度予算案について、④平成4年度事業計画案について。	—	—

	団体名称 および会合名	会議内容・その他主な動き	備　考	関連記事
秋田県	秋田県アミューズメントマシン・オペレーター協議会	●特に会合等は開催されていない。	——	—
山形県	山形県アミューズメントマシンオペレーター協会	●特に会合等は行なっていない。	——	—
福島県	福島県アミューズメントマシン・オペレーター協会	●５月28日、午前11時から午後１時まで、「磐梯グランドホテル」において、６社６名が参加し、通常総会を開催した。主な議事項目は、①新役員の承認②退会の承認③定款の見直し④入会金・年会費(案)⑥ＡＯＵ全国大会・地区協議会参加の為の補助など。尚、①については先月号の本欄参照、②については、富士アミューズメントの退会が承認され、③については、現在の定款に記載されている「入会金・年会費の金額」を削除し、新たに「入会金・年会費は総会にて決定する」の文に修正している。	——	—
茨城県	茨城県アミューズメント・オペレーター協会	●特に会合等は開催していない。	——	—
栃木県	栃木県健全娯楽業協会	●５月27日、宇都宮市のホテルニュー板屋において定時総会を開催した。当日は平成３年度事業報告及び収支報告、平成４年度事業計画案、収支予算案がいずれも異議なく承認された他、役員改選も行なわれた。総会後は各メーカーによる新製品発表会に続き、懇親会を実施。なお、新役員は次号で掲載。 ●翌28日、宇都宮ロイヤルカントリークラブにおいて第19回親睦ゴルフコンペを開催した。	——	—
群馬県	群馬県健全娯楽業協会	●６月９日、午後３時より、伊香保「ホテル天坊」にて第９期通常総会を開催した（詳細は協会ニュース参照）。 ●同協会では総会前に役員を改選。新会長に㈲スターリース・長井日本機氏が就任した（新役員は協会ニュース参照）。それに伴い、協会事務局も移転している。 〈新住所〉 〒379－21 前橋市駒形町932－１ ㈲スターリース内 ☎0272(66)4643	——	205〜206ページ
埼玉県	埼玉娯楽事業者協同組合	●特に会合等は開催していない。	●７月７日、伊香保温泉において総会を開催する。 ●７月17日、県警幹部との懇話会を予定。	—

	団体名称および会合名	会議内容・その他主な動き	備考	関連記事
千葉県	千葉県健全娯楽業協会	●特に会合等は開催していない。	──	―
東京都	東京都アミューズメントマシン・オペレーター協会	●６月19日、ＴＡＭＯＡ事務局を右記に移転した。なお、新事務所は、既報通りＡＯＵ事務局と同じビル内で隣り合せとなる。	● 〈ＴＡＭＯＡ新事務所住所〉 〒101 東京都千代田区神田佐久間河岸91 リバーサイド トナカイビル502号室（ＡＯＵ事務局の隣り） ☎０３（３８６６）５４５５ ＦＡＸ０３（３８６６）９３８９	―
神奈川県	神奈川県アミューズメントマシンオペレーター協同組合	●特に会合等は開催していない。	──	―
新潟県	新潟県アミューズメントオペレーター組合	●特に会合等は行なっていない。	──	―
富山県	前・富山県アミューズメント・オペレーター協会	●新協会結成に向けて準備中。	──	―
石川県	石川県健全娯楽業協会	●特に会合等は開催していない。	──	―
福井県	福井県アミューズメントオペレーター協会	●特に会合等は開催していない。	──	―
静岡県	静岡県アミューズメント協会	●５月21日に開催された例会（前号で会議内容は報告済み）において、「メーカーによる大型アミューズメント施設との共存について」と題して、メーカーを交じえての意見交換会を催した。本会の主旨は、地元オペレーターにとっては一部メリットは認めるものの、全体としては死活問題になりかねないとの危機感を持っている。そこで、この際メーカーやディストリビューターも交じえて、同問題に対する意見交換を行ない、今後のアミューズメント施設の方向性を模索しようというもの。詳細は次号協会ニュースで報告。	──	―

	団体名称 および会合名	会議内容・その他主な動き	備考	関連記事
山梨県	山梨県アミューズメントオペレーター協会	●６月17日、午後１時より甲府市内の「ステーキ宮」において昼食会を兼ねた例会を開催した。参加５社５名。当日決定したのは、７月10日に開催される「青少年を非行から守る県民大会」に参加すること。これは、山梨青少年女性課からの要請に応えたもので、協会より５社５名が参加する。	●７月10日午後10時30分開催の青少年を守る県民大会参加に先がけ、12時より例会を行なう予定。	―
長野県	長野県アミューズメントオペレーター組合	●特に会合等は行なっていない。	――	―
岐阜県	岐阜県ゲーム機オペレーター協会	●６月８日、午後２時より第８回定時総会を岐阜グランドホテル「聚楽の間」において開催した。出席者22名。議題は平成３年度事業報告の承認、平成４年度事業計画案の承認があり、役員改選が行なわれた。その結果変動があったのは、副会長だった友近照孝氏（有友近商会）が理事に就任し、新副会長に熊田亮一氏（有オフィス・トーカイ）が選任された。	――	―
愛知県	愛知県アミューズメント施設営業者協会	●６月９日、理事会で７月に開催する総会の打ち合せを行なった。参加10社。なお、総会開催日は７月７日から７月９日に変更している。	●７月９日午後１時より、名古屋サンプラザにおいて総会を開催する。	―
三重県	三重県アミューズメントオペレーター協会	●特に会合等は開催していない。	――	―
滋賀県	滋賀県健全娯楽業協会（ＳＡＯ）	●特に会合等は開催していない。		―
奈良県	奈良県アミューズメント施設営業者協会	●特に会合は催していない。		―

	団体名称および会合名	会議内容・その他主な動き	備考	関連記事
京都府	京都府健全娯楽業協会（ＫＡＯ）	●会員懇親のためのゴルフコンペを７月15日に瑞穂カントリークラブで開催する。また同日夕刻６時30分より京都タワーホテルにおいて会員の親睦会を開催する予定。	<(社)ＡＯＵ近畿地区協議会> ●会合を６月23日午後２時より梅田ＯＳホテル会議室で開催。河合会長はじめ７名が出席した。 ●同会合では①近畿５府県より提出された「ＡＯＵ優良店表彰候補店舗」の審査を行ない推薦を決定②ＡＯＵが企画した「模範優良従業員表彰」に関するシステムを伝達し、ロケーション勤続10年以上と20年以上の人が対象となることを説明③同協議会主催の技術研修会を11月頃に大阪市内で開催する、ことなどを検討した。	－
大阪府	大阪府アミューズメントマシン・オペレーター協会（ＯＡＯ）	●㈳ＡＯＵが制作したプレイヤーの入場時間お知らせポスターが完成したため、事務局より会員１店舗につき２枚を全会員に郵送した（合計約1,000枚）。		－
	大阪レジャー機器協同組合	●６月例会を６月19日に大阪森の宮のアピオ大阪（旧名＝大阪労働会館）の会議室で開催。14名が出席した。 ●同例会では①５月26日の総会の反省などを話し合った他、②今年の研修旅行として９月16～23日の日程でアメリカ東海岸を企画していることを報告。		－
	大阪アミューズメント施設営業者事業協同組合	●特に会合など催していない。		－
兵庫県	兵庫県アミューズメントマシン・オペレーター協会（ＨＡＯ）	●理事会を６月24日午後４時からサンパルビル会議室で開催。出席は11名（他に委任４社）。 ●同理事会では①ＡＯＵ優良店表彰候補店舗を９店選出②８月のお盆時期に１週間、ホテルオークラ神戸のホテルイベントに協会として40台くらいの機械をリースすることに決定。③㈲ヘッド企画が正会員として入会④９月８、９日に京都府下の天の橋立で１泊２日の親睦旅行を開催することを検討。		－
島根県	島根県アミューズメントマシン・オペレーター協会	●６月26日、松江市内の「京らぎ」で例会を開催。詳細は次号で報告。	――	－
岡山県	岡山県アミューズメントマシン・オペレーター協会	●特に会合等は開催していない。	――	－
広島県	広島県アミューズメントオペレーター協会	●６月５日、広島県民文化センターにおいて、第７回通常総会を開催。来賓に広島県警察本部防犯部の平野定朗防犯課長補佐、同木戸雅一防犯課営業係長の２氏を迎え、協会員19社が出席。平成３年度事業活動報告及び決算報告、平成４年度事業計画案及び収支予算案などを審議した。詳細は次号で報告。	――	－

	団体名称および会合名	会議内容・その他主な動き	備　　考	関連記事
山口県	山口県健全娯楽業協会	●特に会合等は開催していない。	――	―
徳島県	徳島県健全娯楽業協会	●特に会合等は開催していない。	――	―
香川県	香川県アミューズメントマシンオペレーター協会	●５月29日午後５時～６時30分まで、高松市の「丸福苑」において、第８回定時総会を開催した。出席８名、委任状出席１名。当日は、平成３年度年間活動状況報告及び収支報告、平成４年度収支予算案及び事業計画案がいずれも異議なく承認された他、役員改選も行なわれた。なお、事務所は、これまで通り㈱ゼムス内。	〈新役員〉 会　長　外山喜平（㈲四国ユニバーサル） 副会長　高仲四郎（田町商会） 　　　　多田三日生（㈲電精商事） 理　事　榊原研志（㈱ゼムス） 　　　　太田和夫（㈱パーク商会） 　　　　竹内真也（㈱アイレム高松営業所） 監　査　佐藤博文（㈱セガ・エンタープライゼス高松営業所）	―
愛媛県	愛媛県アミューズメントオペレーター協会	●５月28日午後４時～５時30分まで、松山市の「プランタン大街道店」４階会議室において、定例会を開催した。出席は10名。主な内容は次の通り。①ＡＯＵ模範優良従業員の表彰について（20年以上勤務者、ナムコ松山営業所の押岡えつ子さんを申請）②５月21日に開催された㈳愛媛県防犯協会連合会の総会報告（福嶺会長出席）③ＡＯＵ広報委員会報告（福嶺会長出席）④８号営業許可外営業の自主規制について。また、第７期通常総会に関し、６月９日に理事会を開催し、日時等詳細を打ち合わせることとなった。	●㈱タイトー、アイレム㈱の営業所での転勤、赴任は以下の通り。 〈タイトー松山営業所〉 転勤　中村和好所長 〈セイタイトー松山〉 赴任　山本和生所長 〃　　水田晃彦センター長 〈アイレム高松営業所〉 転勤　富岡裕所長 赴任　竹内真也所長	―
高知県	高知県アミューズメントオペレーター協会	●特に会合等は開催していない。	――	―
福岡県	福岡県健全娯楽業協会	●６月19日、福岡「セントラルホテル」にて臨時総会を開催。役員改選が行なわれ、新会長に㈱大長商事・長友降典氏が満場一致で選出された。それに伴い事務局も移転となった。 ●〈新役員〉 会長　　長友降典（㈱大長商事） 副会長　児玉輝男（㈲サービスゲームス福岡） 　　　　三橋国広（㈱スカイパーク） 〈新事務局〉 〒813　福岡市東区松島３丁目30―23 ㈱大長商事内　☎092(611)5221		―
長崎県	長崎県健全娯楽業組合	●特に会合等は開催していない。		―

	団体名称および会合名	会議内容・その他の主な動き	備　　考	関連記事
大分県	大分県健全娯楽業協会	●特に会合等は開催していない。	●近々に理事会を開催する予定。	—
宮崎県	宮崎県健全娯楽業組合	●６月20日、「リバーサイドホテルフェニックス」にて理事会を開催。出席４名。ＡＯＵ作成のポスター、ゲーム場アンケート結果等について報告がなされた。	——	—
鹿児島県	鹿児島県健全娯楽業協会	●６月５日、喫茶「ユーカリ」にて準会員役員会を開催。８名が出席。 ●６月16日、ホテルニューカゴシマにて理事会を開催。８名（うち委任状出席１名）出席。オブザーバーとして準会員６名も出席。九州地区協議会、優良店舗選定について検討、また、準会員より暴力団のいやがらせを受けているという話があり、それについて協議した。		—
沖縄県	沖縄県アモア協会	●特に会合等は開催していない。	●７月４日、事務局にて理事会を開催する予定。情報交換等を行なう。	—

	団体名称および会合名	会議内容・その他の主な動き	備　　考	関連記事
日本娯楽機械オペレーター協同組合	——	●６月22日、三重県・長島温泉の「ホテル花水木」において、例会を開催。出席21名。主な会議内容は次の通り。なお、例会の会議前には、名古屋地区の「ファンタジーランド・ヤングマン」（有)タイガーレジャー経営）等のロケーションの見学会も併せて行なった。 ①出席者による情報交換。②次回例会をＡＭショー中日の８月28日開催予定を決定。同例会時にはロケーション見学会も予定。 ●例会翌日の６月23日、桑名カントリークラブにおいて、親睦ゴルフコンペを開催。参加者15名。優勝は㈱シグマの波岡専務。	——	—
日本ＳＣ遊園協会（ＮＳＡ）	——	●６月22日に内田会長、宮原常務理事、小山事務局長の３名は、今春の人事移動で新しく就任した警察庁生活保安課の坂東自朗課長のもとに表敬訪問した。 ●次回例会はアミューズメントマシンショーの中日である８月28日正午より幕張メッセ隣りのプリンスホテル会議室で開催する予定。	——	—

TOKIOアーケードゲーム人気ランキング

6月中旬調べ

Game Machine Monthly Chart 15

順位	ゲーム名（メーカー名）	機　種	1日当り売上げ	設置店数	期　待　度	料金設定
1	ドリームキャッチャー （セガ・エンタープライゼス）	プライズ	44,220円	4店	A－1 B－3	100円（4店）
2	ＵＦＯキャッチャー （セガ・エンタープライゼス）	プライズ	42,851円	5店	A－2 B－3	100円（5店）
3	ＮＥＷ ＵＦＯキャッチャー （セガ・エンタープライゼス）	プライズ	30,784円	4店	A－2 B－2	100円（4店）
4	ストリートファイターIIダッシュ （カプコン）	ビデオ	14,548円	9店	A－5 B－4	100円（9店）
5	ファイナルラップ2 （ナムコ）	ビデオ	10,566円	8店	A－3 B－5	100円（8店）
6	スティールガンナー2 （ナムコ）	ビデオ	8,744円	4店	A－1 B－3	100円（4店）
7	ターミネーターII （ミッドウェイ社／タイトー）	ビデオ	8,054円	5店	A－2 B－2 C－1	100円（5店）
8	ストリートファイターII （カプコン）	ビデオ	7,967円	6店	A－1 B－5	100円（5店） 50円（1店）
9	ソニックウイングス （ビデオシステム／テクモ）	ビデオ	7,567円	7店	A－3 B－4	100円（6店） 50円（1店）
10	クイズＤＮＡの反乱 （フェイス／テクモ）	ビデオ	6,857円	4店	B－4	100円（4店）
11	フック （データイースト）	フリッパー	6,583円	4店	B－3 C－1	100円（4店）
12	雷電 （セイブ開発／テクモ）	ビデオ	6,413円	4店	B－4	100円（4店）
13	コズモギャング・ザ・ビデオ （ナムコ）	ビデオ	6,067円	4店	B－3 C－1	100円（3店） 50円（1店）
14	スターブレード （ナムコ）	ビデオ	5,981円	4店	B－4	100円（4店）
15	ダークシールII （データイースト／ナムコ）	ビデオ	5,778円	4店	B－3 C－1	100円（3店） 50円（1店）

▲アミューズメント仕様ではあるがJAMMAの規準に抵触しているものは、掲載しておりません。

東京最前線

「ドリームキャッチャー」、「NEW UFOキャッチャー」。今月も1、2、3位の順位は先月と変わらなかった。というより、昨年の8月以降10ヵ月にわたって、3者の間での順位の変動こそあるものの、他のゲームに対しては、つけ入る隙を与えない程の独走状態が続いている。オペレーターの間でも、「良い景品が安定して供給される限り、この好調はまだまだ続く」、との見方が圧倒的だ。よい景品の定義としては「キャラクターの認知度が高いもの、あるいはキャラクターの鮮度が高く、稀少価値があるもの」とのこと。但し、これまでも言われてきたことだが、こうした人気のある景品は仕入れるのが困難になりつつあるそうで、「利用客の欲しいものと、実際中にはいっているものとの間にズレが生じてきている」という。

ビデオゲームに関してはどこのロケーションでも苦戦が続いている。特に基板タイプのものが今一つで、新しくランクインしたのが「クイズ DNAの反乱」(10位)のみという状況。

そんな中、唯一の別格的存在として各ロケーションの店長が挙げるのが、「ストリートファイターIIダッシュ」。4月の発売以来、先月、今月共に4位と高位置にランクされている。

好調の原因としては、キャラクターが個性豊かでよくできているため、プレイヤーが感情移入しやすいこと、キャラクターの動きがより俊敏になり、自在性に富むこと、好調であった前作「ストリートファイターII」に比べて更に対戦プレイゲームとしての妙味が増したこと(例えば、同一キャラ同士の対戦が可能となったり、更にこれまで強敵だった四天王をプレイヤー機として使用することが可能になったりした点)等が挙げられる。また、こうしたゲームの内容そのものの魅力に加え、ロケーション単位でかなりの数の大会が開かれていることから、愛好者にとって普段楽しむためにプレイするのとはまた別の形の目的・目標が与えられたことや、現在の利用者が、一人でコンピューターを相手にプレイするより、友人との対戦プレイを望む傾向にあり、そうした場合、シューティングゲームと比べて、1回の所要時間が短かく、回転率が良いことなども、高インカムにつながる要因となったと考えられる。

さて、この「IIダッシュ」の前作で、今回ランキングでも8位にランクされている「ストリートファイターII」が、6月10日より、スーパーファミコンのソフトとして発売されている。「週刊ファミコン通信」7月3日号によれば、発売当日は、「大きな混乱こそなかったものの、店頭には長蛇の列ができた」そうだ。また、発売に伴いカプコンでは東京・両国国技館において、全国大会を行なうことを決定している。参加方法は、7月23日より全国有名玩具店で行なわれる、ゲーム大会(予選)に出場し、優勝してパスポートをもらうか、あるいは、往復ハガキで応募して参加券をもらう(抽選で5000名)かのいずれか。こうした家庭用機の盛り上がりが、業務用機にも良い影響となってはね返ってくることを望んでやまない次第である。

●この調査は、東京都内の主要繁華街で営業しているロケーション11店舗の協力を得て実施している。ご協力をいただいたロケーション(会社名)は次の通り。(順不同)
オスローゲームランド(㈱オスロー・インターナショナル) プレイマックス(㈱ティー・ディー・エス) シルクハット(㈱マタハリー) ラクベガス(㈱ティエムプランニング) ゲームプラザモンタナ(ジョイパックアミューズメント㈱) ゲームファンタジア・シグマ(㈱シグマ) ゲームイントウディ(㈱ホビーエンタープライズ) ワールドゲーム六本木(㈱東京キャビオート) 一番館(㈱アミューズオリエント)

●対象機種はビデオゲーム機、一般アーケード、フリッパー、プライズマシン、子供用メダルゲーム機の5種類。

●ランキング登場の基準は、ビデオゲーム4店以上、他は3店以上の集計に上がったものを上位からピックアップ。

●1日当り売上げは、各機種の現金インカムの単純平均値である。

●ゲームマシン「チャート15」の「設置店数」とはゲーム機をベスト25にリストアップした店の数。

●表中の「期待度」は、調査時点の売上げから、今後の伸びについて予測してもらったもの。その内容は大まかにAは今後もかなりの売上げを維持する。Bは安定した売上げを期待できる。Cは売上げが下降気味で伸びが期待できないと分類してある。

本欄の価格には消費税は含んでおりません。

㈱ナムコ

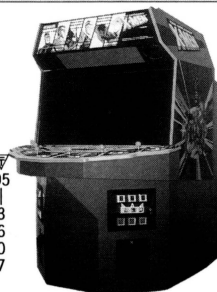
バブルトラブル

▽95―3423

ジオラマにハーフミラーでビデオ画面を合成したガンシューティングゲーム「ゴーリーゴースト」のパート2。海底に現れるゴーストたちを銃でやっつけていく。パート1に比べ登場するキャラクターの数が増加したほか、拡大・縮少機能により、キャラクターの動きも多彩になった。全5ステージで、素早くゴーストを退治していくと、ステージ最後にボスが登場する。

価格：1,060,000円（定価）
サイズ：幅780mm奥行1,220mm高さ1,920mm
電気関係：AC100V/240W/50•60Hz

〈お問合せ先〉
㈱ナムコ
営業本部／東京都大田区多摩川２－８－５
☎03(3756)2311

コナミ㈱

X－MEN

▽95―3607

※筐体デザインは変更の可能性あり

モニター２つを使ったパノラマ画面と６人同時プレイが特色のアクションゲーム。米国で人気のコミック「X－MEN」がモチーフとなっている。能力が違う６人から１人をセレクト、８方向レバーと３ボタン（アタック、ジャンプ、必殺技）で操作する。

価格：1,250,000円（標準小売価格）
サイズ：幅1,370mm奥行1,780mm高さ1,934mm
電気関係：AC100V/200W/50•60Hz

〈お問合せ先〉
コナミ㈱
東京本社／東京都港区虎ノ門４－３－１
☎03(3432)5687

アイレム㈱

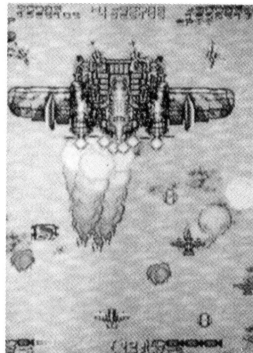
アンダーカバーコップス

筐体により３Ｐ同時プレイが可能なアクションゲーム。核兵器が使用され、無秩序状態になった都市を舞台に男性２人と女性１人の秘密警察が悪人を倒していく。能力の違う３人から１人をセレクト。８方向レバーと２ボタン（アタック、ジャンプ）の組合せで操作。２ボタン同時で必殺技を使用できる。高度なテクニックを多用し、ミスの少ないプレイをすると芸術点が上昇、ボーナス点ＵＰにつながる。

価格：188,000円（ＯＰ価格）

〈お問合せ先〉
アイレム㈱
本社／大阪市西区西本町１丁目11番９号
☎06(535)1060

㈱カプコン

バース ～オプレーション・サンダー・ストーム～

「ＣＰシステム」第19弾の縦スクロールシューティングゲーム。地球人類が移民した惑星バースでドッグファイトを繰り広げる。８方向レバーと２ボタン（ショット、ボム）で自機を操作。ボムに回数制限がなく、撃ち尽くしても時間で回復、発射可能になるほか、自機で使用しているショットの種類によって攻撃法や威力が変わる。また、自機に「ポッド」というオプションを装着でき、「ポッド」が敵弾を吸収、自機を守ってくれる。「ポッド」は２種類あり。２Ｐ可能。

価格：208,000円（ＯＰ価格）

〈お問合せ先〉
㈱カプコン
本社営業部／大阪市中央区常盤町２丁目２番８号
☎06(946)3091

㈱タニガワ

ファイヤードラゴン

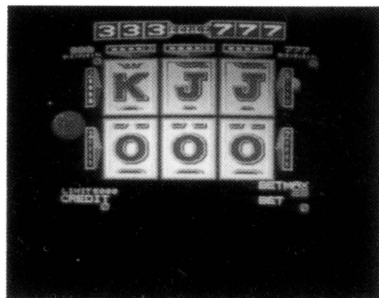
〒61－14569（交流電源装置使用）

「ドラゴンフィーバー」をメダル機仕様にしたパチンコタイプのメダルゲーム機。まず、メダルかコインを投入、持ち点が表示される。この持ち点は玉を打つ毎に減少するが、チェッカーに入るとその得点が加算されていく。持ち点が150点以上になると、払い出し枚数（10、15、30、50、90）を表示したルーレットが点滅。止まった枚数のメダルが払い出される。

価格：280,000円（定価）
サイズ：幅530mm奥行450mm高さ1,550mm
電気関係：AC100V/70W/50•60Hz

〈お問合せ先〉
㈱タニガワ
本社／埼玉県越谷市神明町３－410－２
☎0489(76)3211

㈱エイブルコーポレーション

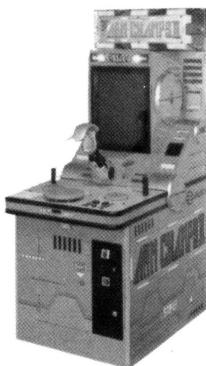
スロットエイド37

同社スロットタイプのメダルゲーム基板「カーニバル37」のバージョンアップ機。上下２段×６つの窓の数字が変化、ＢＥＴしたラインに同じ数字やマークが２つ並ぶと当たり、上または下の３つの窓に同じ数字が揃うとフィーバーゲームとなる。ゲーム法は従来通りだが、リーチ時にドラム中央に特定のキャラクターが点滅したりとグラフィック面を強化。ジャックポットも追加された。

価格：128,000円（ＯＰ価格）

〈お問合せ先〉
㈱エイブルコーポレーション
本社／東京都豊島区池袋４－８－３　エイブルビル
☎03(3988)2061

㈱ジャレコ

アームチャンプII

〒95－3939

1988年に発売された「アームチャンプ」のバージョンアップマシン。モニター画面に映し出される相手と腕相撲で対決する。モーター駆動方式を採用し、腕相撲途中のパワーパターンが変化。肘パットにマイクロスイッチを装備、肘をつけないとゲームがスタートしない等安全性も向上。対戦相手も５人から９人に増員した。

価格：920,000円（ＯＰ価格）
サイズ：幅790mm奥行1,150mm（ステップ込み1,200mm）高さ1,960mm
電気関係：AC100V/305W/50•60Hz

〈お問合せ先〉
㈱ジャレコ
販売一部／東京都世田谷区用賀２－19－７
☎03(3708)4810

㈱バンプレスト

ひょうたん島の大冒険！

〒申請中

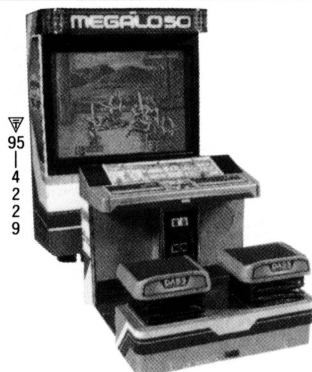
©井上ひさし/山元護久・ひとみ座・NEP

すごろくと３リールスロットを合体させた子供向けメダルゲーム機。メダル（３枚までＢＥＴ可能）を投入してスロットを回転させると、スロットに出た数字分すごろくが進行。当たりキャラクターのマーク上に停止すると、それに応じたオッズでメダルを払い出す。スロットで同キャラが揃うとゴールドメダルが払い出される。

価格：263,000円（ＯＰ価格）
サイズ：幅400mm奥行405mm高さ1,160mm（アイキャッチ含む）1,000mm（同含まず）
電気関係：AC100V/60W/50•60Hz

〈お問合せ先〉
㈱バンプレスト
ＡＭ事業部／東京都台東区駒形１－４－14　バンダイ第３ビル　☎03(3847)5164

㈱セガ・エンタープライゼス

メガロ50DX
Ⓣ95―4229

50インチプロジェクションディスプレイを使用した2人用大型筐体。ゲーム展開に応じてシートが可動するDXタイプと、座席が動かないスタンダードタイプの2種がある。3つの基板を搭載でき、ボタンでセレクトしてプレイできる。

価格：1,900,000円（DXタイプ、標準小売価格）
　　　1,780,000円（スタンダードタイプ、〃）
サイズ：幅1,230mm奥行2,260～3,200mm
　　　　高さ1,880mm
電気関係：AC100V/301W/50･60Hz

〈お問合せ先〉
㈱セガ・エンタープライゼス
国内販売事業本部／東京都品川区東品川1－31－5
☎03(5461)8320

㈱トーワジャパン

ユノの伝説
Ⓣ95―4461

占いの小部屋と占い機を一体化したタロットTV占いマシン。全能の神“ゼウス”の妻“ユノ”をモチーフにしたゴージャスな造形物がボディに飾られており、アイキャッチ効果が高い。内部占い機のモニターは19インチ。占い師が画面に現れ臨場感を高める。占いは運勢5ジャンル、相性2ジャンルの全7ジャンル。㈱タイトーのOEM生産品。

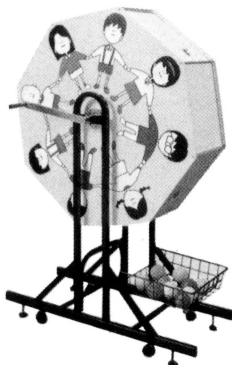
価格：1,670,000円（OP価格）
サイズ：幅900mm奥行1,600mm高さ2,010mm
電気関係：AC100V/110W/50･60Hz

〈お問合せ先〉
㈱トーワジャパン
本社／東京都中野区中央1－35－1　毛利ビル3F
☎03(5389)1321

新製品ニュース欄を御利用下さい

新鮮で豊富な新製品ニュースをお届け致したいため、お送りいただいた新製品はできるだけ掲載させていただきます。（協会員、非協会員は問いません）
※下記の資料を㈱アミューズメント産業出版宛お送り下さい。
機械名、簡単な仕様、遊び方
Ⓣマーク　番号　価格
写真（カタログでも可）

㈲オーアンドティーカンパニー

ジャイアントガラポン

カプセルボールを使った大型抽選機。イベントはもちろん、手動プライズマシンとして使用できる。別売りのボール（直径68mm）を最大500個収容、ボールがカプセルになっており、中に景品を入れることができる。ボールカラーは、白、ピンク、青、黄、緑の5色。また、50mmカプセルもボールとして使用可。本体は組立て式で簡単に組み立てできる。

価格：198,000円（本体、OP価格）
　　　45,000円（ボール500個、OP価格）
サイズ：幅1,150mm奥行410mm高さ1,400mm

〈お問合せ先〉
㈲オーアンドティーカンパニー
本社／東京都渋谷区神宮前1－20－4　原宿フォレスト2階　☎03(5474)1851

●編集後記

♠T君が一生懸命オーディオの本を読んでいるので、「どうしたの」と聞くと、「ハイビジョンテレビを買うのです」という。既にBSアンテナも買って取り付けたそうだ。通常BSアンテナは2人ぐらいで取り付けるのに、T君は1人で設置したとのこと。噂によるとT君は電気屋の息子らしい。先日、F嬢が遅刻してきた。「どうしたの」と聞くと、「デパートから羽毛布団が届くのを待っていた」という。既に買ってあるウォーターベッドの上に敷くのだそうだ。F嬢によると「まるで雲の上で寝ているみたい」だそうで、案の定翌日も遅刻してきた。困ったものである。噂によるとF嬢は寝ボケて階段を落ち、足をヒネったらしい（先月号参照）。ところで、あと1ヵ月もすれば夏まっ盛り。遊園地シーズン到来だ。T君、F嬢、取材がんばって下さい。

♥階段転落事件以来1ヵ月を経、漸く1人で歩けるようになったが、包帯を巻いていると街行く人が非常に優しい。先日は素敵な青年が階段の昇り降りを手伝ってくれ、それを友人に話すと、翌日は既に噂。「体を張ってまで男をみつけようなんてサスガだ」。今の時代、何事も待ってるだけじゃダメ。私を見習うとまで言う。違うってば。そういうわけで梅雨入りとともにタクシー通勤からも解放された。そして梅雨と言えば気の毒なのがS氏。彼はバイク通勤なのだ（おかげであだなは「ライダー」）。そのS氏、実は結婚以来、装いが大幅に変わった。ライダー時の雨ガッパも然りで、この頃は仮面ライダーの衣装のようなものを颯爽と着込んで来る。これでもうS氏には黒いゴミ袋は必要ない。う〜ん、愛の力ってスゴイな。そういえば、会社の階段の昇降時おんぶしてくれなかったのはS氏だけである。

◆先日、セガのアメージングスクエア内のロケを取材に行くと、素晴らしくかわいい女性スタッフがいた。明るく、はきはきとしていて、親切な上に、SSCのナレーションも上手。すっかり彼女の大ファンになってしまった私は、家から1時間半もかかることを忘れて、「通おうかな」などとバカなことを考えた。

さて、ウキウキしながら帰社して、S氏にその話をすると、「撮ってきた写真を見せろ」という。渋ると、体をじたばたさせながらゴネたので、仕方なく見せると、「もっと寄って撮らんと顔がよく判らん」と、ケチをつけられた。フン、別に写真なんかなくてもいいもんね。見たくなったら、直接ロケに行けばいいのだ。しかし、こんなことを書いてしまった後では、もう恥ずかしくて行けない。

♣テニスラケットを初めて手にしてから3ヵ月。相手は壁なのだがなかなかおもしろい。昔は高貴な方々のスポーツだったらしいが、現代では最もお金のかからない手軽なスポーツに成り下がったようだ。しかし未だにコートに立ったことがない。技量的なことよりも、人数を集めて近場のコートを抑えることの方が難しいのだ。そういう意味では会員制のクラブに入ってないと都心でのテニスは望めない。誰でも始めることは簡単にでき、自由だ。だが、実際に履行できるかが、貧富の差と実感している。

■お詫びと訂正

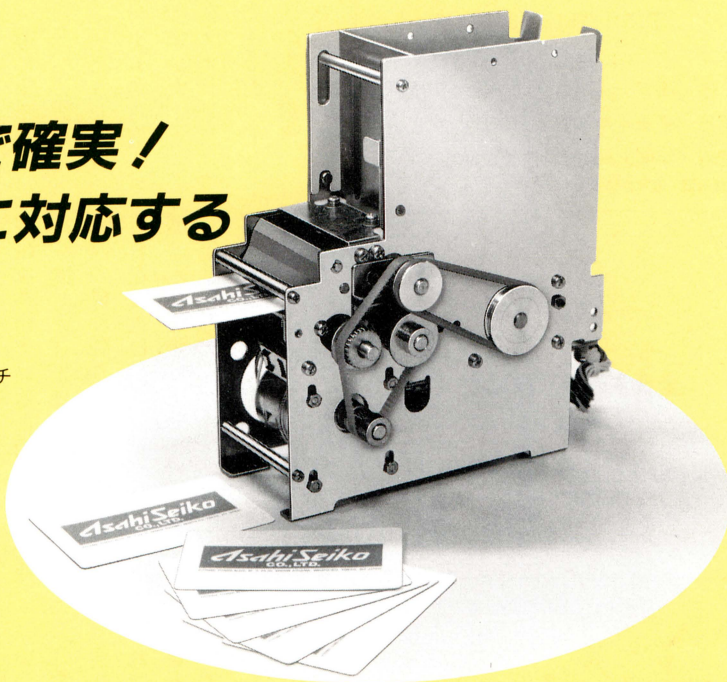
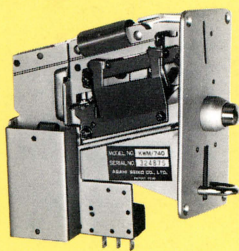
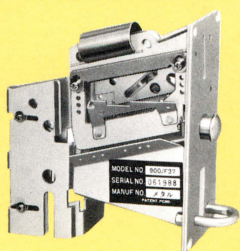
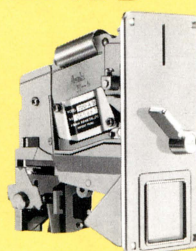
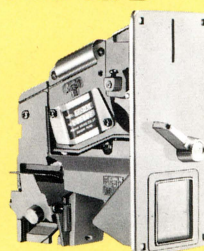
先月号「TOKIOアーケードゲーム人気ランキング」の表中に誤りがありました。ここに訂正させて頂くとともに関係者各位にご迷惑をおかけしましたことを深くお詫び申し上げます。

㊣　ソニックウィングス
（ビデオシステム／テクモ）

㈱アミューズメント産業出版刊行
月刊「アミューズメント産業」
第246号（平成4年7月号）
発行・編集人／山縣宗夫
住　所／東京都渋谷区円山町19番12号
山本ビル3F
（〒150）TEL03(5489)4581〜3
FAX03(5489)4585
制　作／㈱アミューズメント産業出版
発行日／平成4年6月26日
購読料／年間9,800円（消費税込み）

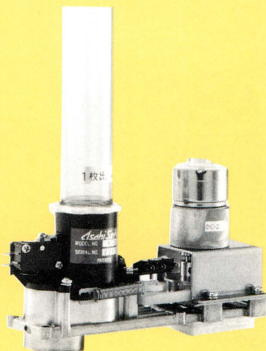
——協会住所——

全日本遊園施設協会
（JAPEA）

〒150 東京都渋谷区渋谷1-10-3 スタープラザ青山
☎03(3498)4767

Asahi Seiko
CO.,LTD.

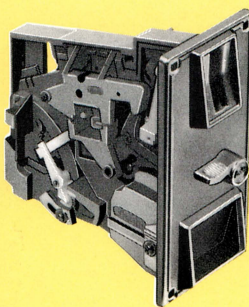
信頼と技術のふれ

メダル払出し機

MODEL
AES-505

（景品メダル等の払出し機）

静かなモーター駆動

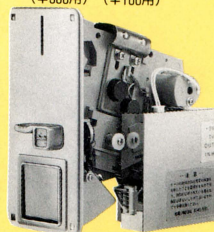
- DC24Vモーター採用でスムーズな払出し。
- 動作音が大変静か。
- 耐久性が大幅アップ。

フロントタイプ・セレクター

MODEL
757-P

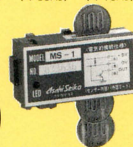
（プラスチックセレクター）

- 選別精度は抜群で、どんな不正も完全追放。
- 直径21～30.8㎜までのサイズに自在対応。
- 軽くて扱い易いオールプラスチック製。

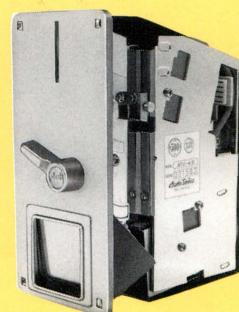
MODEL
810-E・ES
（¥500用）（¥100用）

（電子セレクター）

（メカ＋電子）の高精度セレクターです。

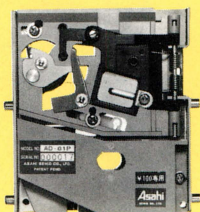
MODEL
MS－1・2・3・4
（¥100用）（¥500用）（¥50用）（¥10用）

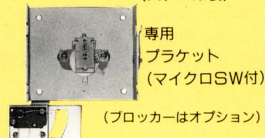
（マイクロセンサー）

応用範囲の広い超小型設計。正規硬貨に対しては受入信号を発します。

MODEL
870-A/B

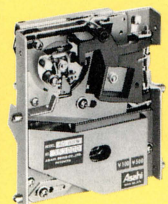
（2ウエイ・コインセレクター）

高精度の2ウエイタイプ

- この1台で100円、500円に対応。
- 材質まで見わける高精度です。
- マイクロセンサー内蔵タイプ。

ドロップタイプ・セレクター

MODEL
AD-81P

（スチール製）

専用ブラケット（マイクロSW付）

（ブロッカーはオプション）

MODEL
AD-85W（2ウエイタイプ）

1台で100円、500円を選別します。

専用ブラケット（マイクロSW付）

（ブロッカーはオプション）

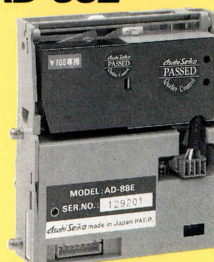
ドロップタイプ・電子セレクター

MODEL
AD-88E

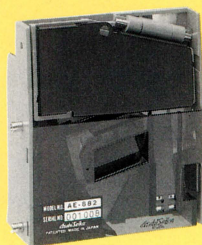
（1ウエイ電子セレクター）

- ¥100用
- ¥500用
- US・1S用
- US・25C用

MODEL
AE-882

（2ウエイ電子セレクター）

- 1台で¥100、¥500に対応

高度な選別精度を達成した世界初の3.5インチサイズ
（コントロール基板1体型）（横39㎜×縦101㎜）

謹　告

当社のコインセレクター等、その全製品は、特許権、実用新案権及び意匠権によって保護されております。したがいまして、権利侵害については、民事上・刑事上の罰則規定が適用されます。

ACT・FANTASTIC ADVENTURE SERIES

TOTAL COORDINATION

NEW MACHINE

モノレールタイプ
スキップくんのウインドトリップ

回転式
ワンパクダックの大冒険

營業管理本部　〒211 神奈川県川崎市中原区苅宿73 G1ビル 2F
TEL:044-411-5801　FAX:044-411-6033

AMUSEMENT SPACE

設置例/秋田県 男鹿ショッピングセンター　AM施設 店舗面積/1,000m²

スリリングなファミリーランド

雰囲気つくるSCロケの新目玉機種、誕生！

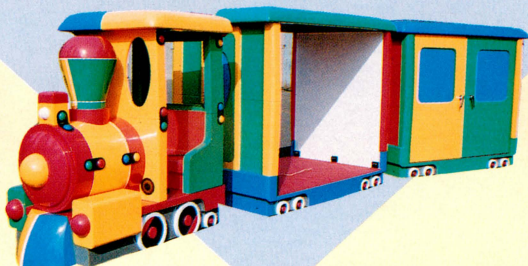
12人乗りの中心機種

ティータイム

●「ティータイム」のニューバージョンです。
●柱を巻いて設置できます。
●幅8,500mm×長さ8,500mm×高さ2,700mm

定置式とゲームBOXを組み合せてポン！

トイトレイン
（定置式乗物）

●幅1,040mm×長さ1,700mm×高さ1,760mm
●定員＝小人2名

トイトレインBOX
（ゲーム機収納ボックス）

●（客車）幅1,380mm×長さ2,180mm×高さ1,780mm●（内寸）幅1,200mm×長さ1,800mm×高さ1,500mm
●着脱自在扉つき

シーソータイプのカラフル定置式

怪獣シーソー「ムームー」

●幅800mm×長さ1,700mm×高さ1,380mm
●メロディ、メッセージ3種入り

クマ店長のお店でレジスター係

キッズマート

●幅940mm×長さ1,680mm×高さ1,950mm
●定員＝小人3名

みんなで楽しい電話ごっこ

ベアーズテレホン

●幅955mm×長さ1,700mm×高さ2,030mm
●定員＝小人3名

KIDZ FACTORY

眞砂工業株式会社　キッズファクトリー事業部

柏事業所　〒270-14 千葉県東葛飾郡沼南町沼南工業団地
TEL 0471-93-5888㈹ FAX 0471-91-4129

本　　社　〒121　東京都足立区南花畑1丁目1番8号
TEL 03-3884-1636㈹

豪華で楽しい、おしゃれなメリー。大好評！

柱巻き
ファンタジーゴーランド Part II

ロケーションを華やかに飾る本格派のメリーゴーランドです。

●屋内の柱（750㎜角以内）まわり取付例

●外棚直径6,300φ ●ステージ直径4,500㎜φ ●最高部高さ2,750㎜ ●乗物数＝馬8頭、馬車2台 ●定員12名（子供） ●総重量＝2,720㎏（乗客込）

設置し易い
コンパクトタイプ
もあります。

<コンパクトタイプ> ●外棚直径5,000㎜φ ●ステージ直径3,400㎜φ ●馬体12頭（子供12人乗り） ●総重量1,620㎏（乗客込）

●屋外設置例

レイアウトから確認申請、施工まで一貫したシステムで承りますので安心です。

楽しさとアイデアの
NIPPO
日邦産業株式会社

東京営業所 〒101 東京都千代田区神田佐久間町1-9（第7東ビル） TEL03(3255)5811 FAX03(3251)7425
大阪営業所 〒564 大阪府吹田市江坂町1-23-28 TEL06(386)1211 FAX06(380)2559
名古屋営業所 〒460 愛知県名古屋市中区栄5-27-12 TEL052(263)1281 FAX052(263)0992
台北支店 TEL001-886-2-(563)0494 バンコク工場 TEL001-662-(517)5485

選ばれる〔朝日の遊園列車〕

アップダウントレイン

遊園列車のメルヘン性とコースターのスリル
性をドッキングしたダイナミックな新施設。
子供でも安全に楽しめるファミリーライドです。

機関車＋客車2輌
（10人乗り）

最小回転半経（レール）
2,750mm

〈アップダウントレイン〉は、高低差のあるレールを走るモノレールタイプの遊園列車です。通常の汽車にはないスピード感とアップダウン走行が特徴で、これまでになく新鮮。特にゆっくり登ってスピーディに下る変化に富んだ走行は、とてもスリリングでダイナミックな印象です。しかも子供でも乗れる安全設計。また４人乗り客車は２輌まで連結でき、機関車にも２名が乗車できるため、休日などの繁忙日には抜群の稼働性を発揮します。もちろんレールはロケ地に合わせてレイアウトでき、確認申請などの手続きも当社が代行しますので安心です。

▲台湾・台中市の中友百貨店６Ｆ「JAM WORLD」（日本娯楽機㈱の現地法人が経営）で好評稼働中の「アップダウントレイン」（施設の名称は「JAM TRAIN」）

▲平和堂城陽店屋上ロケ（㈱ナムコ様営業）で大好評稼働中のアップダウントレイン。

▲レール全長107ｍ、高低差60cmで高架部分を軽快に走行。

■抜群のコストパフォーマンスを誇ります。

ASAHI ENGINEERING Co., Ltd.

朝日エンジニアリング株式会社

〒599-03 大阪府泉南郡岬町淡輪1387-2
TEL.0724(94)0783 FAX.0724(94)2195

ユニークな風貌ととぼけた個性！米国での大ヒットを先取りした商品です。

THE SIMPSONS™

ザ・シンプソンズ

販売用グッズです

トーキング・バートシンプソン〔大〕

（おしゃべり機能付）　H：500㎜

OP価格：¥3,400

（小売価格：¥6,800）

ワンカートン6個入り

バートシンプソン〔小〕

OP価格：¥900　H：260㎜

（小売価格：¥1,800）

ワンカートン24個入り

輸入発売元/㈱メキシコ

●上記金額には送料、消費税は含まれておりません（送料については、1回のお買上げ金額が10万円以上の場合は当社で負担いたします）。

ぬいぐるみ・輸入雑貨卸売り商社
株式会社 メキシコ
TEL 0273(63)9000 FAX 0273(63)3231（24時間受付）
本社　〒370 群馬県高崎市小八木町2038-3
倉庫　〒370 群馬県高崎市中尾町767-5 TEL 0273(64)0180

◆業務時間◆
AM9：30〜PM5：30
日・祝日休

〈振込先〉
高崎信用金庫 南支店
普通預金口座
No0142722 ㈱メキシコ

（アミューズメント産業 7月号） 昭和四十七年五月二十五日第三種郵便物許可 第二十一巻第七号（通巻246号）平成4年六月二十六日発行 年間購読料（年12冊）9、800円（消費税込）